



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS  
SOCIALES**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

---

**“PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y RESCATE DE  
VALORES EN LA UNIDAD EDUCATIVA MAYOR AMBATO”**

---

**Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciado en  
Comunicación Social.**

**AUTOR:**

Darío Javier León Robalino

**TUTOR:**

Lcdo. Mg. Carlos Alejandro Martínez Moya

Ambato – Ecuador

2016

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En calidad de Tutor del proyecto de Investigación sobre el tema: **“PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y RESCATE DE VALORES EN LA UNIDAD EDUCATIVA MAYOR AMBATO”**, desarrollado por el Sr. Darío Javier León Robalino, Egresado de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho Trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 10 de Noviembre del 2016

  
.....  
**Lcdo. Mg. Carlos Alejandro Martínez Moya**  
**TUTOR**

## **AUTORÍA**

Los criterios emitidos en el Trabajo de Investigación: **“PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y RESCATE DE VALORES EN LA UNIDAD EDUCATIVA MAYOR AMBATO”**, como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones y propuestas son de responsabilidad del autor.

Ambato, 10 de Noviembre del 2016



.....  
Darío Javier León Robalino

**C.I. 180318695-4**

**AUTOR**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 10 de Noviembre del 2016



.....  
**Darío Javier León Robalino**

**C.I. 1803186954**

**AUTOR**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal de Grado, APRUEBAN el trabajo de Investigación, sobre el tema: **“PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y RESCATE DE VALORES EN LA UNIDAD EDUCATIVA MAYOR AMBATO”**, presentado por el Sr. Darío Javier León Robalino, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato, .....2016

Para constancia firma:

.....  
**PRESIDENTE**

.....  
**MIEMBRO CALIFICADOR**

.....  
**MIEMBRO CALIFICADOR**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a mi madre, a Dios por guiarme en el proceso de investigación y a la Facultad de Comunicación Social.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Técnica de Ambato, a mi tutor por apoyarme en todo el proceso de investigación.

## ÍNDICE GENERAL

Portada.....	I
Certificación del tutor .....	II
Autoría.....	III
Derechos de autor.....	IV
Aprobación del tribunal de grado.....	V
Dedicatoria .....	VI
Agradecimiento.....	VII
Índice General.....	VIII
Resumen ejecutivo .....	XV
Abstract .....	XVII
Introducción .....	1
CAPITULO I.....	2
EL PROBLEMA .....	2
Tema.....	2
Planteamiento del Problema.....	2
Contextualización.....	2
Análisis Crítico.....	9
Prognosis .....	9
Formulación del problema .....	10
Interrogantes.....	10
Delimitación del objeto de investigación.....	11
Justificación.....	11
Objetivos .....	12
Objetivo General .....	12



Objetivos Específicos.....	12
CAPITULO II .....	13
MARCO TEÓRICO.....	13
Antecedentes Investigativos.....	13
Fundamentación Legal .....	18
Categorías fundamentales .....	24
Conceptualización de la variable independiente: Plan de comunicación.....	27
Conceptualización de la variable dependiente: Valores.....	64
Hipótesis.....	80
Señalamiento de variables.....	80
CAPITULO III.....	81
METODOLOGÍA .....	81
Modalidad Básica de Investigación .....	81
Nivel o tipo de investigación.....	82
Población y muestra .....	83
Operacionalización de variables .....	86
Plan de recolección de información .....	89
Plan de procesamiento de la información .....	89
CAPITULO IV.....	91
ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	91
Análisis de los resultados .....	91
Interpretación de datos .....	133
Verificación de Hipótesis.....	139
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	144
Conclusiones.....	144
Recomendaciones.....	147

CAPITULO VI.....	149
PROPUESTA.....	149
Datos Informativos.....	149
Antecedentes de la propuesta.....	151
Justificación.....	152
Objetivos.....	153
Análisis de factibilidad.....	153
Fundamentación.....	156
Metodología, modelo operativo.....	160
Administración de la propuesta.....	189
Previsión de la evaluación.....	189
Bibliografía.....	191
Anexos	
Paper	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Población Estudiantil de Tungurahua .....	5
Tabla N° 2 Institución pública y privada.....	28
Tabla N° 3 Cronograma.....	60
Tabla N° 4 Preguntas clave .....	62
Tabla N° 5 Población.....	83
Tabla N° 6 Estratificación por conglomerado de la muestra.....	85
Tabla N° 7 Operacionalización de la variable Independiente .....	87
Tabla N° 8 Operacionalización de la variable Dependiente: Valores .....	88
Tabla N° 9 Preguntas Frecuentes .....	90
Tabla N° 10 Edad .....	91
Tabla N° 11 Género.....	92
Tabla N° 12 Tiempo de vinculación con la institución (docentes) .....	93
Tabla N° 13 ¿Se ha identificado problemas de comunicación de la institución?.....	94
Tabla N° 14 ¿Se ha aplicado el análisis FODA en la institución? .....	95
Tabla N° 15 ¿Qué medios de comunicación externo utilizan ?.....	96
Tabla N° 16 ¿Qué tipos de medios utiliza usted para comunicarse ?.....	97
Tabla N° 17 ¿Se ha determinado necesidades y expectativas del público? .....	99
Tabla N° 18 ¿Se ha establecido prioridades basadas en la institución? .....	100
Tabla N° 19 ¿Se ha definido correctamente la visión y misión de la institución? ...	101
Tabla N° 20 ¿Se ha determinado el tipo de usuario de la institución? .....	102
Tabla N° 21 ¿Seleccione que estrategias de comunicación existen? .....	103
Tabla N° 22 ¿Se ha organizado planes de acción de comunicación?.....	104
Tabla N° 23 ¿Se ha definido los tipos de recursos que requiere la institución?.....	105

Tabla N° 24 ¿Se ha analizado las estrategias y acciones actuales?.....	106
Tabla N° 25 ¿En la institución se implanta una educación universal?.....	107
Tabla N° 26 ¿Los docentes poseen formación en valores.....	108
Tabla N° 27 ¿Se ha establecido charlas sobre formación de valores? .....	109
Tabla N° 28 ¿Qué tan favorable para la institución un organigrama? .....	110
Tabla N° 29 ¿Marque con una X, e indique el nivel de participación?.....	111
Tabla N° 30 Entrevista Coordinador Académico, Docente.....	119
Tabla N° 31 Entrevista Secretaria General, Conserje, Alumno .....	132
Tabla N° 32 Preguntas seleccionadas para el cálculo del chi cuadrado .....	141
Tabla N° 33 Frecuencias observadas.....	141
Tabla N° 34 Frecuencias observadas.....	142
Tabla N° 35 Distribución Chi Cuadrado .....	142
Tabla N° 36 Estrategias .....	148
Tabla N° 37 Equipo técnico responsable.....	150
Tabla N° 38 Recursos Materiales .....	150
Tabla N° 39 Modelo operativo .....	160
Tabla N° 40 Previsión y evaluación .....	190

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	Árbol de problemas.....	8
Gráfico N° 2	Categorización de variables .....	24
Gráfico N° 3	Constelación de ideas de la variable independiente.....	25
Gráfico N° 4	Constelación de ideas: variable dependiente .....	26
Gráfico N° 5	Diagnóstico .....	41
Gráfico N° 6	Producción monitoreo.....	42
Gráfico N° 7	Justificación .....	42
Gráfico N° 8	Presentación.....	43
Gráfico N° 9	Ubicación de la comunicación en el modelo de estratégica .....	59
Gráfico N° 10	Elementos del plan de comunicación.....	60
Gráfico N° 11:	Definición del público objetivo .....	61
Gráfico N° 12	Dimensiones y tipos de ciudadanía.....	68
Gráfico N° 13	Ciudadanía cosmopolita o global.....	69
Gráfico N° 14	Edad .....	91
Gráfico N° 15	Género.....	92
Gráfico N° 16	Tiempo de vinculación con la institución (docentes) .....	93
Gráfico N° 17	¿Se ha identificado problemas en los actuales planes?.....	94
Gráfico N° 18	¿Se ha aplicado el análisis FODA en la institución? .....	95
Gráfico N° 19	¿Qué medios de comunicación externo de la institución?.....	96
Gráfico N° 20	¿Qué tipos de medios utiliza usted para comunicarse?.....	98
Gráfico N° 21	¿Se ha determinado necesidades del público objetivo? .....	99
Gráfico N° 22	¿Se ha establecido prioridades y diagnóstico actual?.....	100
Gráfico N° 23	¿Se ha definido correctamente la visión y misión de la institución?.....	101

Gráfico N° 24 ¿Se ha determinado el tipo de usuario de la institución?.....	102
Gráfico N° 25 ¿Seleccione que estrategias de comunicación en la institución? .....	103
Gráfico N° 26 ¿Se ha organizado planes de acción para solucionar problemas?....	104
Gráfico N° 27 ¿Se ha definido los tipos de recursos que requiere la institución?...	105
Gráfico N° 28 ¿Se ha analizado las estrategias y mejorarlas en el futuro? .....	106
Gráfico N° 29 ¿En la institución se implanta una educación de estudiantes?.....	107
Gráfico N° 30 ¿Los docentes poseen formación en valores.....	108
Gráfico N° 31 ¿Se ha establecido charlas de valores a los estudiantes? .....	109
Gráfico N° 32 ¿Qué favorable es el diseño de un organigrama nuevo?.....	110
Gráfico N° 33 ¿Marque con una X,? .....	112
Gráfico N° 34 Distribución chi cuadrado.....	143

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

“Plan de comunicación institucional y rescate de valores en la Unidad Educativa Mayor Ambato”.

**Autor:** Darío Javier León Robalino.

**Tutor:** Lcdo. Mg. Alejandro Martínez.

**Fecha:** Enero del 2016.

**RESUMEN EJECUTIVO**

Un plan de comunicación organizacional en instituciones educativas juega un rol importante ya que constituye el soporte indispensable para la realización de funciones básicas de la organización en lo que respecta a la toma de decisiones, coordinación de las actuaciones, la evaluación de los resultados y finalmente concluye en la satisfacción personal tanto de docentes, directivos, alumnos y personal administrativo, una fluida comunicación tendrá que contar con la participación y la colaboración de sus miembros, con el único propósito de alcanzar los objetivos educativos para consolidarse.

Siendo la Unidad Educativa Mayor Ambato, una entidad con una amplia trayectoria educativa de hace 69 años , en la cual la comunicación juega un rol importante para el desarrollo y prestigio de la misma, de donde surge una inquietud sí la comunicación es tan importante, por qué no se le ha dedicado más atención, sin embargo existen múltiples posibilidades de progreso para avanzar, de forma colectiva e individual, planteando estrategias globales de transparencia informativa que facilite la participación y la implicación de las personas en un clima de confianza mutua y de responsabilidad.

La importancia de la comunicación constituye una realidad palpable, que se pone de manifiesto en múltiples situaciones cotidianas, como el establecimiento de normas de convivencia interna o la supervisión de los deberes encomendados a un grupo determinado de alumnos, la formulación de una queja, la discrepancia de los criterios con relación a una conducta de las autoridades de la institución, estas son formas de comunicación es decir manejo de relaciones interpersonales, sin embargo la mejora de comunicación debe llevarse a cabo desde el mismo centro educativo, por parte de los docentes, autoridades, estudiantes y personal administrativo con el fin de consensuar líneas de acción en las que crean y se comprometan, esto se podrá alcanzar cuando las relaciones interpersonales son cordiales, además se requerirá de un conocimiento y reflexión que fundamenten la acción a seguir y que participen todos los actores activamente, liderando procesos que constituyan una aventura y un reto personal para todos y de esto se deriven múltiples aprendizajes esenciales para la vida.

Por otro lado se debe poner énfasis en fortalecer los valores humanos dentro de la conducta de los alumnos y padres de familia, para obtener individuos responsables, tolerables, que de una u otra forma fortalezcan y contribuyan a nuestra sociedad, proponiendo una transformación radical que logre dar el paso necesario para la conservación y consecución de los valores humanos en los estudiantes, con ello que estos alcancen una mejor disciplina y calidad académica en la Unidad Educativa Mayor Ambato.

**Descriptor:** Plan de comunicación institucional, rescate de valores, valores humanos, estrategias de comunicación.



## **ABSTRACT**

A plan of organizational communication in educational institutions play an important role because it constitutes the support essential to the realization of basic functions of the Organization in regards to decision making, coordination of actions, the evaluation of the results and finally concludes in personal satisfaction both from teachers, managers, students and administrative staff, a fluid communication will have to count on the participation and collaboration of its members, with the sole purpose of achieving the educational objectives to consolidate.

Being more Ambato educational unit, an entity with an extensive educational background of ago 69 years ago, in which communication plays an important role for the development and prestige of the same, and where a concern arises if communication is so important, we should ask ourselves why not has dedicated le more attention, in this institution However there are multiple possibilities for progress to advance, of collective and individually, considering global strategies

Of transparency of information that facilitates participation and the involvement of people in a climate of mutual trust and responsibility.

The importance of communication constitutes a tangible reality, which reveals itself in many everyday situations, such as the establishment of rules of internal coexistence or the supervision of duties entrusted to a particular group of students, the formulation of a complaint, the discrepancy of the criteria in relation to the conduct of the authorities of the institution, you're are forms of communication i.e. management of interpersonal relationships However the improvement of communication must take place from the same school, by teachers, authorities, students and administrative staff in order to reach a consensus on action lines in which create and commit themselves, this can be achieved when interpersonal relations are cordial, will also require knowledge and reflection that support action to follow and actively involving all stakeholders leading processes that constitute an

adventure and a personal challenge for everyone and this multiple learning essential life arise.

On the other hand should be put emphasis on strengthening the human values within the conduct of students and parents, to get individuals responsible, tolerable, that one or another way to strengthen and contribute to our society, proposing a radical transformation that will take the necessary step for conservation and achievement of human values in students, thus that they reach a better discipline and academic quality in the higher education unit Ambato.

**Key words:** Plan of institutional communication, rescue of values, values human, communication strategies.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se encuentra estructurado en capítulos referidos a:

**Capítulo I: El problema a investigar.** En el cual incluye: El planteamiento del problema, la contextualización, análisis crítico, la prognosis, la formulación del problema, los interrogantes (sub problemas), conjuntamente con la delimitación del objeto de investigación, la justificación y objetivo general y específicos.

**Capítulo II. Marco teórico.** En el mismo se señalan los antecedentes del problema aspectos teóricos que sustentan la investigación, categorías fundamentales y red de conclusiones conceptuales su fundamento teórico con el fin de realizar un análisis sobre los diferentes aspectos teóricos para consolidar los propósitos de este trabajo investigativo.

**Capítulo III. Metodología.** La metodología contiene: la modalidad básica de la investigación, el nivel o tipos de investigación, la población, con la operacionalización de las variables, el plan de recolección de información y el plan de procesamiento de la información.

**Capítulo IV. Análisis e interpretación de resultados.** Se presenta mediante cuadros y gráficos estadísticos, con el análisis e interpretación de los resultados se ha logrado descifrar datos y verificar la hipótesis.

**Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones:** Se plantearon las debidas conclusiones y recomendaciones pertinentes luego de la aplicación de los instrumentos de investigación.

**Capítulo VI. La Propuesta.** Contiene datos informativos, antecedentes de la propuesta la justificación, objetivos, análisis de factibilidad, la fundamentación, la metodología el modelo operativo, la previsión de la evaluación, fuentes viales de referencia.

*Línea de investigación: Medios y comunicación social*

## **CAPITULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **Tema**

“Plan de comunicación institucional y rescate de valores en la Unidad Educativa Mayor Ambato”.

#### **Planteamiento del Problema**

#### **Contextualización**

Se conoce que a partir del siglo XVI cuando en la ciudad alemana de Colonia, se empiezan a vislumbrar las primeras formas de periodismo semestral realizada por Michel Von Aitzing., siendo en el siglo XVIII cuando aparece el periodista profesional de la información. Posteriormente, en 1957, se inician las publicaciones mensuales y finalmente en el siglo XIX, es cuando nace la prensa diaria, conjuntamente, en los Estados Unidos de América, Francia, y Gran Bretaña. (Martín, 1995)

Es necesario conocer estos primeros datos históricos sobre la profesión periodística, para así podernos ir adentrando en nuestro propósito, que no es otro, que aplicarla directamente a la empresa. Ya en 1906, el célebre periodista norteamericano Ivy Lee, consigue crear una imagen pública de grupo de empresas de John D Rockefeller. Hasta comienzos del siglo XX, no se había aplicado esta actividad profesional en los Estados Unidos, como país pionero, Sin embargo no comienza a desarrollarse en Europa hasta después de la segunda guerra mundial y en España, hasta finales de los años 60. (Martín, 1995)

La comunicación institucional conocida en Estados Unidos y Europa también como comunicación corporativa denominación de vida al concepto organicista, referido a una institución en su totalidad existen, igualmente otras denominaciones como empresas, organismos públicos y agrupaciones políticas, culturales, sociales, deportivas, empresariales, profesionales y sindicatos. (Fincowsky & Krieger, 2011)

En Latinoamérica la percepción de comunicación institucional se ve enmarcada en los organismos e instituciones del gobierno, se ha constituido en parte esencial en los procesos, para los políticos que necesitan asesoramiento, las agencias gubernamentales que buscan cooperación, la aprobación del electorado, los ministros que quieren defender sus políticas, y los gobiernos que quieren ayuda y aliados del exterior, todos ellos han empleado la comunicación institucional como herramienta para alcanzar sus objetivos. (Martín, 1995)

La historia de la humanidad ha demostrado que el hombre se sirve de su lenguaje y se ofrece y comunica con él. Por lo que sin comunicación los hombres no hubieran podido socializarse. De ahí que la comunicación resulta un elemento indisolublemente ligado a la existencia del ser humano como ser social, pues constituye un factor de construcción de toda la vida consiente del hombre en su conjunto y posibilita la interrelación, en agrupaciones de seres humanos, en colectivos, en sociedades.

Según (Flores, 2012, pág. 161) indica que: La Comunicación en las Organizaciones, es vital para que la interacción entre los públicos, que allí convergen, pueda darse de la manera más planificada y armónica posible; pese a las diferencias y semejanzas que suele encontrarse, entre quienes por diversas razones deben convivir.

“Por eso y para lograr que dicha armonía sea posible y rinda los frutos trazados, es necesario gestionar la comunicación, planificar qué, cómo, cuándo, y a través de que comunicar. Pues, en cierta medida, la comunicación entre públicos no solo es un intercambio de mensajes, sino que es un eje de todo un holismo transversal que entre otras cosas, redundante en la vinculación del capital humano con la organización.

En el Ecuador se conoce ya de comunicación institucional, es poca la utilidad e importancia que se brinda , aun se habla de relaciones públicas que es un término más reducido e ilimitado que el de la comunicación institucional, en cuanto a su campo de acción y que igual al fenómeno de la región no despegan en el sector comercial salvo en aquellas empresas provenientes del exterior, franquicias o aquellas empresas grandes nacionales que al tener contacto con proveedores extranjeros han comprendido la importancia de contar con un departamento de comunicación institucional y no limitarlo como una subdirección de otros departamentos similares como de marketing, publicidad y ventas. (Aguilar et al, 2000)

La imagen positiva la aporta la comunicación institucional a la empresa una vez realizado su plan de comunicación, es necesario cultivar una imagen adecuada y positiva generando principios y valores.

En Tungurahua, la comunicación institucional ha tenido muy poca participación en las instituciones educativas fiscales, solo se utiliza en instituciones de tipo privadas, ya que es una herramienta que ha permitido romper esquemas de un modelo de comunicación tradicional, pues en la actualidad es el eje motor de las entidades que se preocupan por sus actores tanto internos como externos, con el propósito de lograr sus objetivos, su equilibrio y desarrollo social. (Hurtado, 2015)

Actualmente la comunicación institucional es fundamental pues conlleva a que el desarrollo comunicacional sea fructífero, por lo tanto, no se manejan estrategias de comunicación, por otro lado, las instituciones privadas, cuentan con un departamento conocido como DIRCOM, el mismo que tiene como función coordinar y sistematizar la comunicación y sus flujos en función de los intereses de estas entidades.

Además, la comunicación externa de las entidades fiscales en Tungurahua, transmiten mensajes, que a corto plazo no son efectivas, y que dificultan la interacción entre los actores externos de las instituciones educativas.

Estamos ante una educación integral, valedera para el desarrollo humano en varias disciplinas, propone a vivir y practicar dichos valores, tan importantes y fundamentales para la familia y la sociedad. (El Herald, 2016, pág. 1)

En la provincia de Tungurahua se observa que un crecimiento poblacional estudiantil de 104.000 según datos de la Dirección Provincial de Educación Hispana de Tungurahua, estudiantes pertenecientes a 22 planteles educativos, que actualmente se describen en la siguiente tabla:

CANTÓN	N° DE ALUMNOS	N° PLANTELES	PROF. DE GRADO	PROF. ESPECIALES
Ambato	5160	131	229	136
Baños	236	7	13	4
Cevallos	105	3	5	3
Mocha	81	5	5	0
Patate	234	11	12	0
Pelileo	876	28	36	3
Píllaro	464	15	20	8
<b>TOTAL PROVINCIAL</b>	<b>7489</b>	<b>218</b>	<b>341</b>	<b>156</b>

Tabla N° 1 Población Estudiantil de Tungurahua  
Fuente: (Hora, 2013)

De todos estos planteles, se observa que alrededor del 70% no cuentan con un plan de comunicación institucional lo que dificulta la comunicación interna, externa, las relaciones públicas, comunicación corporativa la responsabilidad social corporativa y la comunicación de crisis es decir buscar proteger la imagen de la institución mediante una estrategia de anticipación a posibles daños o escándalos en los referente a la pérdida de valores y la posterior fijación de protocolos. Desde el 2012 se registra un promedio de 2.000 chicas embarazadas de entre 10 y 19 años en Tungurahua. Esto según la Estrategia Nacional de Planificación Familiar para Adolescentes (Enipla). (El Comercio, 2016)

A la par, el Consejo Cantonal de la Niñez y Adolescencia (CCNA) detectó el año pasado que en los colegios Ambato, Hispano América y Natalia Vaca, un promedio de entre 30 y 50 embarazos en cada uno.

Sin embargo, no hay discriminación. Las chicas pueden amamantar en los recreos y aconsejan a sus compañeras para que se cuiden”, dice Teresa Hidalgo, rectora del Hispano América. En este contexto social, el tema de la Píldora Anticonceptiva de Emergencia (PAE) se trató mucho en los medios locales con la participación de médicos, representantes de organizaciones y padres de familia.

“Para la coordinadora de esta brigada, Isabel Núñez, los embarazos ocurren por tres factores: escasa comunicación entre padres e hijos, falta de valores y desorganización familiar causada por la migración.” (El Comercio, 2013, pág. 1)

En el cantón Ambato existen aproximadamente 42 instituciones educativas fiscales, las mismas que solo disponen con el departamento de orientación vocacional DOBE; sin embargo, no se cuenta con un departamento de Comunicación institucional lo que repercute en la pérdida de comunicación entre los docentes, autoridades, estudiantes y administrativos, desmejorando la imagen de estas entidades educativas.

En base a esto se toma de referencia a la Unidad Educativa Mayor Ambato que cuenta con 3868 alumnos entre hombres y mujeres, la institución con mayor número y que actualmente no posee una adecuada comunicación interna lo que ha repercutido en conflictos internos. En el cantón Ambato de los 122 planteles educativos se analizará a la Unidad Educativa Mayor Ambato. Misma que actualmente maneja 2 jornadas de estudio como: matutina, y vespertina, y cuenta con aproximadamente 3868 estudiantes, 163 docentes y 16 administrativos y de servicio.

Es importante mencionar que las unidades educativas públicas de mayor número de estudiantes en Ambato son: Unidad Educativa Hispano América, Ambato, Rumiñahui, Luis. A. Martínez, Bolívar, dentro de las cuales se pretende analizar a la Unidad Educativa Mayor Ambato con el objetivo de conocer su plan de comunicación actual para determinar si está enmarcado en las exigencias actuales de comunicación.



El Colegio Nacional Experimental “Ambato” fue creado mediante acuerdo de la Asamblea Constituyente de 1947 publicado en el Registro Oficial del día 12 de Febrero de 1947 iniciando sus funciones en Octubre del mismo año, generando desde ese entonces un aporte al desarrollo educativo de la ciudad de Ambato. Oferta las especialidades de Ciencias Sociales, Química Biológicas, Física Matemáticas, Contabilidad e Informática.

El Colegio Nacional Experimental Ambato, situado en la Av. Humberto Albornoz y Vargas Torres a pocos minutos del centro de la ciudad de Ambato, atiende las necesidades educativas de estudiantes secundarios de la ciudad y de sus alrededores. Institución pública y mixta, está ubicada en una región económicamente activa y es considerado uno de los colegios más prestigiosos del centro del país. Los estudiantes que asisten a la institución son en su mayoría de raza mestiza, habiendo un mínimo porcentaje de estudiantes indígenas y afro ecuatorianos, todos con situación económica baja-media. (Colegio Experimental Ambato, 2011)

Institución pública que atiende a más de 2400 estudiantes inscritos de octavo año de Educación Básica, a tercer año de bachillerato, en secciones: matutina, vespertina y nocturna. Abrió sus puertas en febrero de 1947 y obtuvo la primera promoción de bachilleres en el año de 1963. El Colegio Ambato, se creó mediante Decreto Legislativo el 12 de febrero de 1947 y su publicación en el Registro Oficial número 818 se efectuó el 25 del mismo mes y año. Está acreditado por el Ministerio de Educación con códigos: Diurna 17236 y Nocturna 17238. La misión del colegio es formar bachilleres de calidad fundados en principios filosóficos, sociológicos, epistemológicos y axiológicos, identificados con nuestra realidad, capaces de solucionar problemas en sus campos de acción impulsando el avance científico y tecnológico; y generando trabajo productivo para contribuir al desarrollo del país.

La visión del colegio es posicionarse como la mejor institución educativa zona 3 central del país, reconocido nacional e internacionalmente por la formación integral de bachilleres en un marco de excelencia, sustentados en conocimientos, destrezas y valores que propicien la transformación del país.

Árbol de problemas

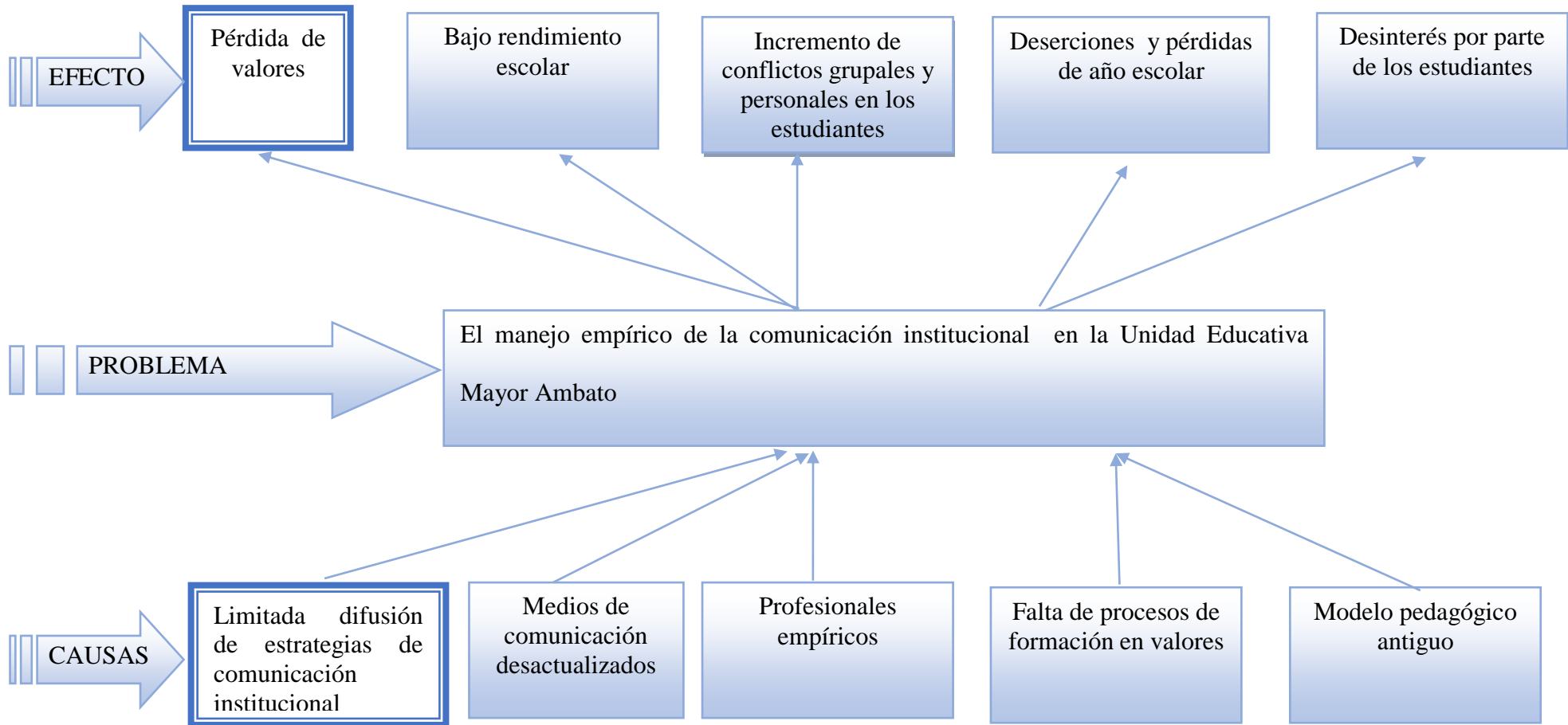


Gráfico N° 1 Árbol de problemas  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

## **Análisis Crítico**

La comunicación organizacional se preocupa por lograr el bienestar común de la colectividad, al analizar a la Unidad Educativa Mayor Ambato se pretende contribuir a una buena conducta ciudadana en los alumnos de la entidad, uno de los factores que actualmente se observa dentro de la institución es el uso de los medios de comunicación desactualizados, en este sentido se utilizan solo papeleras e informativos generales, otro inconveniente es el actual modelo pedagógico utilizado por los docentes no está acorde a los requerimientos de los alumnos.

En lo que respecta a la formación de valores, debido a la desatención a los estudiantes que presentan problemas tanto de aprendizajes, éticos y morales, se ha presentado deserción y pérdida de años anteriores. Todas estas son causas que contribuyen al incremento de conflictos grupales incidiendo directamente en la comunicación institucional interna que denigra la imagen de la entidad al incluir alumnos que presentan desinterés en los procesos de comunicación, compañeros de clases y profesores.

Por otro lado la contratación de profesionales empíricos sin previo conocimiento en la comunicación institucional afecta la comunicación interna de la entidad.

El desinterés por parte de los estudiantes debido a la aplicación del modelo pedagógico antiguo, direccionado al plan de comunicación institucional ha repercutido en el incremento de conflictos grupales y personales en los estudiantes. Finalmente la falta de procesos de formación de valores, en los estudiantes de la Unidad Educativa Mayor Ambato, ha ocasionado deserciones y pérdidas de años como también bajo rendimiento escolar.

## **Prognosis**

Al no cumplir con las estrategias de comunicación externa e interna en la Unidad Educativa Mayor Ambato ésta se verá reflejada en la imagen de la entidad, la comunicación institucional adecuada y direccionada facilitará el cumplimiento de

objetivos, desarrollo institucional, la satisfacción de autoridades, docentes, personal administrativo y alumnos. Al aplicar la ficha en la entidad se evidencia que no existe educación en valores enfocados en el crecimiento personal de los alumnos.

Otro aspecto fundamental es la limitada capacitación a los docentes y la inexistencia de profesionales que conozcan de la temática, por tanto, es esencial mejorar la comunicación de la entidad y fortalecer los valores de los alumnos de la Unidad Educativa Mayor Ambato.

Al no efectuar la presente investigación se corre el riesgo de que el índice de deserciones siga en aumento, como también la imagen institucional de la Unidad Educativa Mayor Ambato.

Se observa que tampoco se han diseñado estrategias de comunicación actuales basadas en tecnología, pues aún se cuenta con bocetos y material antiguo, que provocan un total desinterés en los estudiantes, además no se ha diseñado ningún plan de comunicación institucional, que fomente los valores, es evidente que la entidad en la formación de valores está deteriorada, pues no se efectúan reuniones para mejorar este aspecto, más bien están enfocados en la parte pedagógica que en la parte humana.

### **Formulación del problema**

¿La limitada difusión de estrategias de comunicación institucional incide en la pérdida de valores de la Unidad Educativa Mayor Ambato?

### **Interrogantes**

¿El actual plan de comunicación institucional está acorde a los requerimientos y exigencias vigentes?

¿Se ha efectuado campañas de rescate de valores de los estudiantes de la entidad?

¿Es necesario definir estrategias de comunicación institucional enfocadas en mejorar la imagen de la Unidad Educativa Mayor Ambato?

### **Delimitación del objeto de investigación.**

La investigación se enmarcó en las siguientes delimitaciones que contiene:

**Campo:** Comunicación Social

**Área:** Comunicación Institucional.

**Aspecto:** Plan de comunicación institucional, y rescate de valores.

**Delimitación Espacial:** Unidad Educativa Mayor Ambato

**Delimitación Temporal:** Marzo - Agosto 2016.

**Unidad de Observación:** Docentes, alumnos y administrativos de la Unidad Educativa Mayor Ambato.

### **Justificación**

El **estudio** pretende solucionar un problema social de valores, a través del diseño de estrategias comunicacionales, para fortalecer la imagen de la Unidad Educativa Mayor Ambato, porque actualmente se lo maneja de forma empírica.

El **interés** de desarrollar un plan de comunicación institucional se basa en la relevancia que se dará en ciertos aspectos como son la comunicación interna y externa, las relaciones públicas, la comunicación corporativa, la responsabilidad social corporativa y la comunicación de crisis o solucionar de escándalos mediante protocolos de buenas actuaciones.

La **importancia** radica en la necesidad de contar con personal profesional en el manejo de la comunicación, lo que ha generado que todos los actos realizados en progresos y recuperación de valores en los estudiantes no ha dado resultado, lo que afecta directamente la imagen interna y externa de la institución.

Es **factible** porque se contó con el respaldo de las autoridades de la institución como de su cuerpo docente, estudiantes y administrativos.

El **alcance** del proyecto está enfocado al desarrollo de aplicación de estrategias de comunicación dirigido al fortalecimiento de valores.

El **impacto** de la investigación radica en solucionar un problema social que afecta a las instituciones educativas y que repercute en la imagen de las mismas, lo que se pretende es lograr el bienestar de la colectividad tanto de los estudiantes como de los profesores con el propósito de lograr el equilibrio y desarrollo social.

Por otro lado se toma de referencias aspectos importantes tales como: Identificación, formulación, etapa de ejecución y seguimiento para concluir con una valoración de las intervenciones realizadas en el desarrollo del plan comunicacional planteado.

Finalmente se contará con apoyo institucional y suministro de información referente a biblioteca, repositorios digitales entre otras.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Investigar el plan de comunicación institucional y su relación con la difusión de valores en la Unidad Educativa Mayor Ambato.

### **Objetivos Específicos**

- Determinar el plan de comunicación institucional de la Unidad Educativa Mayor Ambato.
- Identificar los valores que actualmente se practican en la Unidad Educativa Mayor Ambato para su correspondiente análisis y evaluación del FODA institucional.
- Diseñar una alternativa de solución al problema de investigación.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### Antecedentes Investigativos

Según **Morales, López et al., (2011, pág. 14)** en su investigación “Estrategias de Comunicación para el Descubrimiento y uso de Recursos Educativos Abiertos”, expresa que:

En el estudio se planteó la pregunta: ¿cuáles estrategias de comunicación se pueden usar para potenciar el uso de REA en un ambiente de enseñanza innovador? Los hallazgos obtenidos apuntan hacia estrategias como la elaboración de un plan de comunicación que contemple en detalle los pasos necesarios para la comunicación eficaz del cambio, tal como el uso de REA en ambientes de aprendizaje enriquecidos con el uso de la tecnología. En esta estrategia se deben considerar el uso de la comunicación interpersonal, el uso de memorándums por escrito y el empleo del correo electrónico, por ser los medios utilizados con mayor frecuencia. Otros elementos estratégicos destacados en los resultados fueron: la motivación, ya que tener claros los beneficios genera mayor participación; el liderazgo, que dirija la implementación; la presencia de agentes de cambio que detonen mejoras educativas; y las actitudes de los docentes ante las innovaciones para contrarrestar ciertas creencias negativas.

Es importante señalar que en la actualidad las instituciones educativas tanto públicas como privadas buscan fortalecer sus estrategias comunicacionales para de alguna manera posicionarse como la entidad con mayor grado de aceptación, sin embargo su manejo comunicacional se lo hace sin el personal adecuado que tome el liderazgo para asumir una responsabilidad como es el manejo de una institución.

En definitiva, un plan de comunicación permite difundir la innovación de manera estratégica diseñándolo de acuerdo al público, seleccionando medios y utilizando motivación, liderazgo, clima positivo y el profesor como agente de cambio. El uso de REA es un concepto novedoso que aún en ambientes de enseñanza innovadores es desconocido por lo que deben emplearse estrategias de comunicación que potencien su uso. El reto es compartir y difundir.

El uso de las nuevas tecnologías en los centros educativos es de vital importancia ya que son herramientas que te permiten intercambiar y compartir información con un público en un ambiente de enseñanza innovador.

Ahora bien, si los REA otorgan una oportunidad para compartir y usar materiales de alta calidad, su potencial para la democratización del conocimiento es un vínculo ineludible, entonces ¿podrían estos materiales ser de ayuda en una “Educación para la Justicia Social”? Los estudios realizados (incluido el que aquí se presenta) conectan estos recursos con la “educación para todos”, que es el llamado de las Naciones Unidas para que todos tengan la educación básica.

La función principal de los REA es compartir y usar sus materiales de alta calidad para tener una educación equitativa en donde todos los sectores marginados sean partícipes y tengan las mismas oportunidades que el resto, para esto el Ministerio de Educación debe proporcionar materiales y equipos que garanticen una educación de calidad.

Si bien esta investigación estuvo enfocada en una institución de nivel socioeconómicamente medio y alto, es conveniente señalar que los hallazgos se consideran relevantes para difundir el uso de materiales de acceso gratuito, de alta calidad, disponibles para la comunidad académica y es precisamente el eje central para trabajar en un aporte para comunidades académicas de niveles socioeconómicos con menos posibilidades de identificar y usar recursos. En este sentido, se aboga por la idea de que en el corazón del movimiento de los REA está la simple y poderosa idea que el mundo del conocimiento es un bien público y que la tecnología en general y el acceso abierto con licenciamiento de los autores para usar sus materiales, proveen una extraordinaria oportunidad para que la comunidad académica pueda compartir, usar y reusar el conocimiento.

A partir de los resultados de esta investigación se abre la puerta para futuros estudios con temas como: análisis de estrategias de comunicación para valorar su efectividad en la promoción y uso de REA en todos los niveles educativos; análisis de buenas prácticas en el uso de REA como estrategia para la democratización del conocimiento; análisis de condiciones sociales, culturales, políticas y educativas para pasar de ser consumidores de REA a ser productores de REA; meta análisis de prácticas educativas que usan REA como estrategia para la reducción de la brecha digital.

El mundo puede cambiar, depende de todos, los recursos lo tenemos, la tecnología está al alcance, ser parte de esta gran transformación tecnológica y globalizada en el siglo XXI ha permitido la competitividad y efectividad y análisis de estrategias de comunicación para valorar su efectividad en la promoción y uso de REA en todos los niveles educativos, sociales, culturales y políticos.

Según **Fernández, J. (2011, pág. 17)**, en su investigación “Conflicto, comunicación y liderazgo escolar: los vértices de un triángulo equilátero”, menciona que:

Incidimos en la idea que motiva este artículo, y que ha ido cristalizando en los distintos epígrafes: consolidar la terminología referente a liderazgo, comunicación



y conflicto para que su uso no sea indiscriminado y se pueda seguir avanzando en su consolidación conceptual.

Así, no puede olvidarse que una organización educativa o no está formada por personas interdependientes que ocupan diferentes cargos y funciones que al mismo tiempo presentan perspectivas, valores e intereses que, en muchas ocasiones, son discordantes y desiguales. Dada la dificultad que tiene organizar y agrandar a todos los miembros de la organización, la aparición del conflicto parece inevitable y sólo se puede entender como optimizador de la organización siendo necesario valorar todas las sugerencias, y aportaciones, de cuantos quieran participar en un proyecto necesariamente común. De este modo ha de asumirse cómo las vías prácticas para la resolución de conflictos deben enfocarse desde un modelo de abordaje positivo y desde una perspectiva de pedagogía cooperativa.

De lo que trata básicamente está investigación, es resaltar la importancia, de terminologías como liderazgo, comunicación, y conflicto que son temas que forman parte de una organización educativa en donde todos los actores cumplen actividades, funciones, decisiones, trabajo en equipo, y cargos diferentes, que obligan a relacionarse como personas interdependientes con perspectivas, valores e intereses desiguales, en donde la comunicación es la única vía para la resolución de conflictos.

De este modo, los líderes escolares han derivado en agentes de cambio que deben acabar con la fuerza de la costumbre, la rutina, las inercias y el propio miedo al cambio- como condicionantes negativos del aprendizaje en las organizaciones, y en los individuos. Deben generar un “crecimiento” en pos a un proyecto compartido donde además se cuide la educación emocional en las relaciones humanas para, así, permitir su equilibrio y afrontar la toma de decisiones como un camino en el que cuentan todos, porque se negocian y resuelven conflictos huyendo de la competición, la evasión o la sumisión para centrarse en el compromiso donde todos ganen. En definitiva, el liderazgo en un centro es saber administrar de un modo adecuado el uso de la autoridad, la toma de decisiones, la distribución de responsabilidades, la gestión del tiempo y de las reuniones, la mediación entre personas y sus conflictos, etc. incluso –quizás sea un atrevimiento- saber dejar a tiempo y de manera adecuada esa responsabilidad, para permitir que la llegada de nuevas ilusiones y nuevos proyectos sea posible sin grandes traumas, es decir, hacer equilateras las relaciones del triángulo “comunicación, liderazgo y conflicto”

Un líder escolar es la persona encargada de generar el cambio, construir hombres y mujeres con mentes positivas, tener una visión de éxito, en donde la educación sea el camino al conocimiento y sobre todo aprender a resolver los conflictos y tomar decisiones con madurez y responsabilidad.

En toda institución educativa siempre se presentaran conflictos, esto debido a la falta de liderazgo, o ausencia de comunicación. Un líder es el responsable de manejar toda la estructura de la institución, velando por los intereses y acuerdos de todos, para que en una organización educativa exista comunicación es importante que todos asuman sus responsabilidades y respetando la toma de decisiones de la mayoría de sus miembros.

En referencia a **Bartolomé, et al., (1996, pág. 9)**, en su investigación “Nuevas Tecnologías, Comunicación y Educación” menciona que:

Nuestra primera reflexión debe ir dirigida al desfase entre la escuela y las NT (Nuevas Tecnologías) de las que hablamos. Parece contradictorio comenzar a hablar de NT como el video interactivo, la teleconferencia, o los multimedia, cuando todavía se están realizando las primeras experiencias de introducción, que no de curricularización, de los medios video e informático. Esto nos introduce en nuevo problema, y es que como siempre los alumnos llegaran a conocer las posibilidades de estas tecnologías fuera del contexto escolar, existiendo de nuevo una rivalidad entre los conocimientos adquiridos fuera de la escuela, con medios más llamativos, y los adquiridos en las clases , con instrumentos tradicionales y que posiblemente sean menos atractivos, y más aburridos.

Tenemos que ser conscientes que las nuevas tecnologías requieren un nuevo tipo de alumno. Alumno más preocupado por el proceso que por el producto, preparado para la toma de decisiones y elección de su ruta de aprendizaje. En definitiva preparado para el autoaprendizaje, lo cual abre un desafío a nuestro sistema educativo, preocupado por la adquisición y memorización de información, y la reproducción de las mismas en función de patrones previamente establecidos. En cierta medida estos nuevos medios, reclaman la existencia de una nueva configuración del proceso didáctico y metodológico tradicionalmente usado en nuestro centro, donde el saber no tenga por qué recaer en el profesor, y la función del alumno no sea la de receptor de información.

Ello plantea un cambio en los roles tradicionalmente desempeñados por las personas que intervienen en el acto didáctico, que llevan al profesor a alcanzar dimensiones más importantes, como la del diseño de situaciones instrucciones para el alumno, y tutor del proceso didáctico.

Lo que concluye que las nuevas tecnologías aportan un nuevo reto al sistema educativo, y es el pasar de un modelo unidireccional de formación, donde por lo general los saberes recaen en el profesor o en su sustituto el libro de texto, o modelos más abiertos y flexibles, donde la información situada en grandes bases de datos, tiende a ser compartida entre diversos alumnos. Por otra parte, se rompe la exigencia de que el profesor esté presente en el aula y tenga bajo su responsabilidad un único grupo de alumnos.

Las nuevas tecnologías son herramientas que ayudan a desarrollar capacidades técnicas, a ser más creativos, innovadores, en sí las NT son importantes en el sistema educativo porque a través de símbolos e imágenes los estudiantes perciben mejor la información, pero para que se dé, esta interacción entre los estudiantes y el profesor, es necesario que ambas partes conozcan la utilización de estos recursos de multimedia a la hora de impartir una clase en donde las tecnologías sean instrumentos de aprendizaje y los alumnos no solamente receptores de la información.

Según **Rodríguez, Bauza, et al. (2006, pág. 8)**, en su investigación “La comunicación interna como un proceso dinamizador para fomentar valores institucionales y sustento de una identidad universitaria”, menciona que:

La práctica actual en la gestión universitaria, dada la complejidad de los procesos económicos y sociales que tienen lugar en su entorno, deja evidenciado que, aun cuando se ha ido a un perfeccionamiento permanente de los procesos universitarios y, para ello, se introdujeron los métodos más modernos de gestión, dirigidos fundamentalmente a fomentar valores institucionales, no siempre encuentran espacios dinamizadores e integradores, al no considerar a la comunicación como un proceso de interacción social compartido por la comunidad universitaria.

El manejo institucional en la gestión universitaria debería cambiar, la burocracia que se ha convertido en una complejidad social, la falta de espacios dinamizadores y principalmente la escasa comunicación que se dan entre los actores institucionales, es evidente que la educación no solamente se necesita de profesionales sino de seres humanos comprometidos con la institución a fomentar los valores internos y a crear una imagen diferente de la comunidad universitaria.

La experiencia de las Instituciones de Educación Superior Cubanas en el desarrollo de sus procesos sustantivos, atendiendo al encargo social en cuanto a contribuir a una formación general integral de sus egresados; a la excelencia de sus resultados en la educación posgraduada y a la investigación científica; así como en la concepción de una nueva universidad, que trascienda en su papel de preservar, desarrollar y difundir cultura; las lleva a considerar dentro de ellas aquellos valores que se asumen como compartidos y deseados por todos sus miembros, pero que, sin embargo, no han permitido integrar las realizaciones personales e institucionales hacia la consolidación de éstos o el fomento de otros, para que trasciendan su contexto y le sirvan de sustento a su propia identidad.

Las universidades de hoy en día buscan que sus estudiantes sean de calidad, y pueden difundir e impartir conocimientos que ayuden a la investigación científica, que cuando sean profesionales impartan sus destrezas, técnicas en el campo laboral.

Una estrategia de comunicación interna, consecuente con las características específicas de cada institución, permitiría resolver las posibles insuficiencias que se manifiesten en la relación comunicación valores identidad, siempre que se incorpore a la estrategia general de la universidad para que ésta sea enriquecida con un plan de acciones concretas, que incluya un diagnóstico que profundice en los elementos técnicos y metodológicos vinculados al proceso de comunicación.

Una estrategia interna es el camino que te permite buscar una solución al problema comunicacional, siempre que se la realice generando planes de acción concretas para que los resultados se reflejen a un corto plazo.

Consideramos que la problemática abordada, aunque se analiza en el contexto socio histórico concreto en que se desenvuelven las universidades cubanas, no debe dejar de ser considerada por otras Instituciones de Educación Superior, aun cuando respondan a políticas y desarrollen programas de gestión ajustados a su propia realidad; porque en definitiva las universidades podrán, en mucho, contribuir a salvar a la humanidad de los peligros que la acechan en este nuevo milenio, aun cuando estemos conscientes de que se está produciendo una globalización que alcanza a la comunicación y, por tanto, a la cultura, pero que obliga a fortalecernos desde lo interno para asegurar la continuidad histórica de las conquistas alcanzadas

y formar a las futuras generaciones en un sistema de valores y creencias que garanticen su sustentabilidad y futuro desarrollo.

La Gestión Universitaria debe comprometerse a buscar espacios de participación con sus estudiantes, en donde la comunicación sea el medio para fomentar los valores institucionales, y el desarrollo de herramientas y técnicas para preservar y difundir una identidad de cultura. Una estrategia de comunicación interna ayudaría a mejorar la relación con sus miembros, y a fortalecer desde lo interno con elementos técnicos y metodológicos.

## **Fundamentación**

### **Fundamentación filosófica**

En la presente investigación se trabajará con el paradigma positivista debido a que se estudiarán las opiniones y criterios de los que integran la Unidad Educativa Mayor Ambato, en lo referente a la comunicación institucional y el rescate de valores.

Busca los hechos o causa de los fenómenos sociales independientemente de los estados subjetivos de los individuos, aquí el único conocimiento aceptable es el científico que obedece a ciertos principios metodológicos únicos. Entre sus rasgos más destacados se encuentra su naturaleza cuantitativa para asegurar la precisión y el rigor que requiere la ciencia. Por eso al aplicarse a las ciencias sociales se busca que estas se conviertan en un conocimiento sistemático, comprobable, y comparable, medible y replicable. Martínez V. (2013, pág. 4)

El objeto del paradigma positivista busca estudiar los fenómenos en el campo de las ciencias sociales, es decir a una sociedad, en donde los hombres son agentes transformador de sí mismo y de su entorno, para esto se realizará una muestra con una determinada población, en donde analizará la situación por la que pase la entidad con respecto al no contar con un plan de comunicación y a la recuperación de valores que son necesarios rescatarlos.

### **Fundamentación Legal**

La constitución Política del Estado (Artículos 6 y 23 del Capítulo II, de los derechos civiles, numerales 3, 49 y 66), el Código de la Niñez y la Adolescencia (artículos 38, 39, 40 y 41) y la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que señalan como un principio básico de todas las personas el de la educación y, por tanto, constituye el fundamento de nuestra tarea institucional.

Según la Constitución del Ecuador, bajo Registró Oficial N° 449, de fecha 20-10-2008. Capitulo segundo, de los Ciudadanas y ciudadanos menciona que:

**“Art. 6.-** Todas las ecuatorianas y ecuatorianos son ciudadanos y gozarán de los derechos establecidos en la Constitución.

La nacionalidad ecuatoriana es el vínculo jurídico político de las personas con el Estado, sin perjuicio de su pertenencia a alguna de las nacionalidades indígenas que coexistan en el Ecuador plurinacional.

La nacionalidad ecuatoriana se obtendrá por nacimiento o por naturalización y no se perderá por el matrimonio o su disolución, ni por la adquisición de otra nacionalidad.”

**“Art. 23.-** Las personas tiene derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.”

**Código de la Niñez y Adolescencia bajo Registro Oficial N° 737 de 3 de enero de 2003.**

**“Art. 38.- Objetivos de los programas de educación.-** La educación básica y media aseguran los conocimientos, valores y actitudes indispensables para:

- a) Desarrollar la personalidad, las aptitudes y la capacidad mental y física del niño, niña y adolescente hasta su máximo potencial, en un entorno lúdico y afectivo.
- b) Promover y practicar la paz, el respeto a los derechos humanos y libertades fundamentales, la no discriminación, la tolerancia, la valoración de las diversidades, la participación, el diálogo, la autonomía y la cooperación.

- c) Ejercitar, defender, promover y difundir los derechos de la niñez y adolescencia.
- d) Prepararlo para ejercer una ciudadanía responsable, en una sociedad libre, democrática y solidaria.
- e) Orientarlo sobre la función y responsabilidad de la familia, la equidad de sus relaciones internas, la paternidad y maternidad responsable y la conservación de la salud.
- f) Fortalecer el respeto a sus progenitores y maestros, a su propia identidad cultural, su idioma, sus valores, a los valores nacionales y a los de otros pueblos y culturas.
- g) Desarrollar un pensamiento autónomo, crítico y creativo.
- h) La capacitación para un trabajo productivo y para el manejo de conocimientos científicos y técnicos.
- i) El respeto al medio ambiente.”

**“Art 39.** Derechos y deberes de los progenitores con relación al derecho a la educación.- Son derechos y deberes de los progenitores y demás responsables de los niños, niñas y adolescentes:

1. Matricularlos en los planteles educativos.
2. Seleccionar para sus hijos una educación acorde a sus principios y creencias.

3. Participar activamente en el desarrollo de los procesos educativos.
4. Controlar la asistencia de sus hijos, hijas o representados a los planteles educativos.
5. Participar activamente para mejorar la calidad de la educación.
6. Asegurar el máximo aprovechamiento de los medios educativos que les proporciona el Estado y la sociedad.
7. Vigilar el respeto de los derechos de sus hijos, hijas o representados en los planteles educacionales.
8. Denunciar las violaciones a esos derechos, de que tengan conocimiento.”

**“Art. 40.- Medidas disciplinarias.-** La práctica docente y la disciplina en los planteles educativos respetarán los derechos y garantías de los niños, niñas y adolescentes; excluirán toda forma de abuso, maltrato y desvalorización, por tanto, cualquier forma de castigo cruel, inhumano y degradante.”

**“Art. 41.- Sanciones prohibidas.-** Se prohíbe a los establecimientos educativos la aplicación de:

1. Sanciones corporales.
2. Sanciones psicológicas atentatorias a la dignidad de los niños, niñas y adolescentes.
3. Se prohíben las sanciones colectivas.
4. Medidas que impliquen exclusión o discriminación por causa de una condición personal del estudiante, de sus progenitores, representantes legales o de quienes lo tengan bajo su cuidado. Se incluyen en esta prohibición las

medidas discriminatorias por causa de embarazo o maternidad de una adolescente. A ningún niño, niña o adolescente se le podrá negar la matrícula o expulsar debido a la condición de sus padres.

En todo procedimiento orientado a establecer la responsabilidad de un niño, niña o adolescente por un acto de indisciplina en un plantel educativo, se garantizará el derecho a la defensa del estudiante y de sus progenitores o representantes.

Cualquier forma de atentado sexual en los planteles educativos será puesto en conocimiento del Agente Fiscal competente, para los efectos de la ley, sin perjuicio de las investigaciones y sanciones de orden administrativo que correspondan en el ámbito educativo.”

La Ley Orgánica de Educación Intercultural (31 de marzo de 2011), que en sus artículos 2,18 y 34 establece el principio de convivencia armónica y la resolución pacífica de los conflictos, por medio de acuerdos entre los actores de la comunidad educativa.

Según la Ley Orgánica de Educación Intercultural bajo registro Oficial N°572 con fecha de agosto de 2015 menciona que:

**“Art. 2.- Principios.-** La actividad educativa se desarrolla atendiendo a los siguientes principios generales, que son los fundamentos filosóficos, conceptuales y constitucionales que sustentan, definen y rigen las decisiones y actividades en el ámbito educativo. Universalidad; Educación para el cambio; Libertad; Interés superior de los niños, niñas y adolescentes; Atención prioritaria; Desarrollo de procesos; Aprendizaje permanente; Interaprendizaje y multiaprendizaje; Educación en valores; Enfoque en derechos; Igualdad de género; Educación para la democracia; Comunidad de aprendizaje; Participación ciudadana, entre otras.”



**“Art. 18.- Obligaciones.-** Las y los miembros de la comunidad tienen las siguientes obligaciones:

- a) Propiciar la convivencia armónica y la resolución pacífica de los conflictos en la comunidad educativa.
- b) Mantener un ambiente propicio para el desarrollo de las actividades educativas, alrededor de los planteles escolares.
- c) Respetar y cuidar las instalaciones y recursos educativos.
- d) Respetar y proteger la integridad física, psicológica y sexual de las y los estudiantes y en general de todos los miembros de la comunidad.
- e) Cumplir con los deberes que deriven de su participación en formas asociativas para la prestación de servicios no académicos relacionados con el quehacer educativo.”

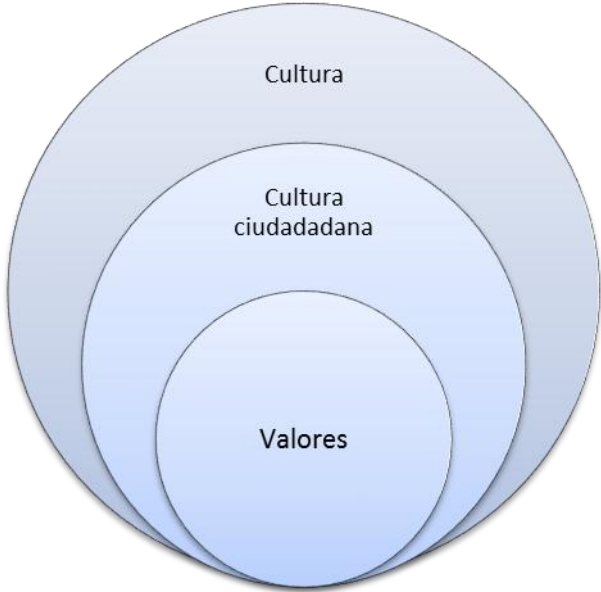
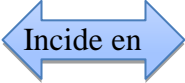
**“Art. 34.- Funciones.- El gobierno escolar tiene las siguientes funciones:**

- a) Participar en la elaboración del plan educativo institucional (PEI).
- b) Participar activamente en el diagnóstico y solución de las necesidades de los centros educativos.
- c) Participar activamente en la formulación, elaboración de planes y programas de prevención y contingencia de riesgos y seguridad ciudadana.
- d) Participar activamente en la formulación de planes y programas de mejoramiento continuo de la educación de los centros educativos.
- e) Establecerse como espacio de rendición de cuentas y veeduría ciudadana de la gestión educativa y del cumplimiento del PEI por parte de las autoridades educativas.
- f) Mediar, a través del diálogo, en la solución de los conflictos relativos a la institución educativa.

**Categorías fundamentales**



VARIABLE



VARIABLE

Gráfico N° 2 Categorización de variables  
Fuente: Investigador  
Elaborado por: Darío León R.

### Constelación de ideas de la variable independiente

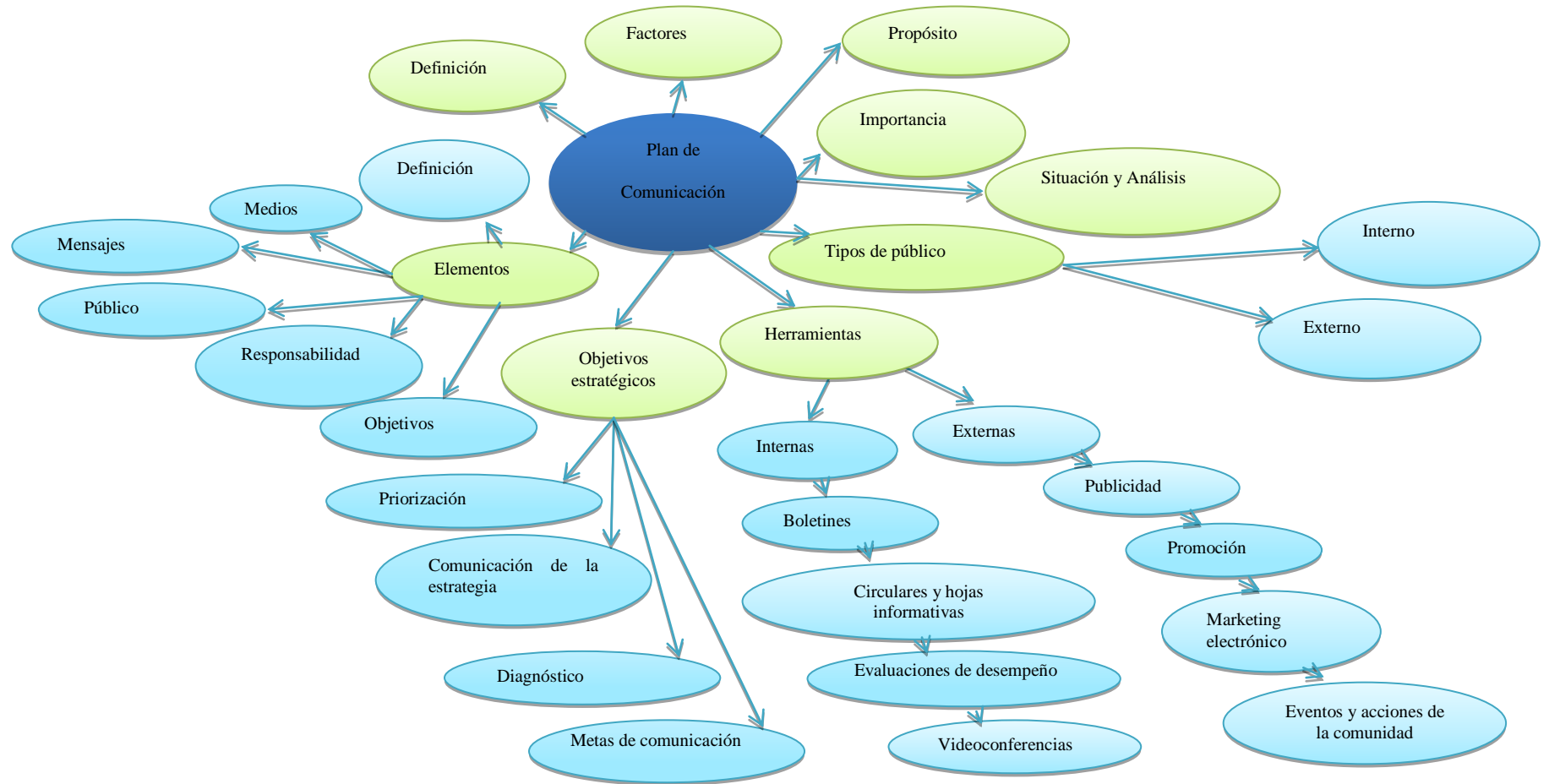


Gráfico N° 3 Constelación de ideas de la variable independiente  
Elaborado por: Darío León R.

**Constelación de ideas: variable dependiente**

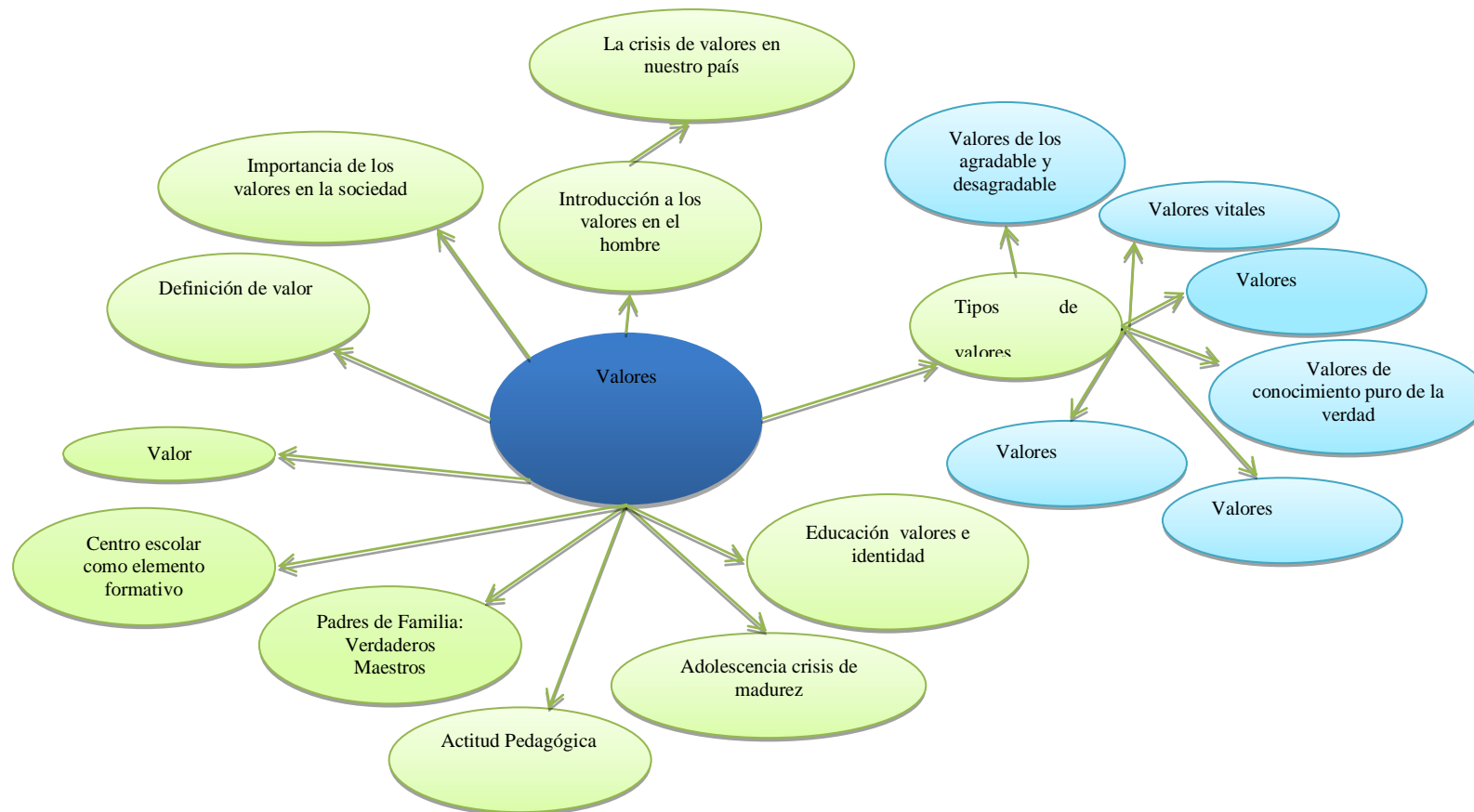


Gráfico N° 4 Constelación de ideas: variable dependiente  
Elaborado por: Darío León R.

## Conceptualización de la variable independiente: Plan de comunicación

### Comunicación institucional

#### Definición

La comunicación institucional puede definirse como el tipo de comunicación realizada de modo organizado por una institución o sus representantes, dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que desarrolla su actividad. Tiene como objetivo establecer relaciones de calidad entre las instituciones y los públicos con quienes se relaciona, adquiriendo una notoriedad social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades. Rivarola, F (2014, pág. 1)

La función principal de la comunicación institucional es difundir y fomentar valores culturales, científicos, deportivos en desarrollo de su actividad, a través de la comunicación transmitimos lazos de unión con la sociedad creando una imagen de confianza para el público externo.

<b>Institución privada</b>	<b>Institución pública</b>
Pertenecen a individuos naturales o personas que aportan su propio capital.	Pertenece al estado o alguna institución que se encuentra en potestad por el gobierno actual.
Su finalidad es lucrativa, además de satisfacer con productos o servicios a diferentes tipos de clientes.	Su finalidad es la satisfacción del interés de la colectividad.
Su administración se basa en la toma de decisiones de los propietarios o un grupo de accionistas, totalmente autónoma.	Su direccionamiento se centra en la administración mandatario principal.
Se encuentra controlada por ciertas entidades públicas dependiendo de la finalidad de la misma. Tales como: Ministerio de Relaciones laborales, Registro Mercantil, IESS, etc...	Su propósito es lograr beneficios sociales, sin fines lucrativos, su presupuesto es establecido por el gobierno de turno.

Debe cumplir con ciertos estatutos de la ley, los cambios o decisiones del gobierno afectan a este tipo de empresa ya sea positiva o negativamente.	Permanece en contacto con la sociedad y satisface las necesidades de la administración general y orden público.
Son creadas para satisfacer o crear necesidades; de esta forma, obtener rentabilidad y ganancias que serán repartidas a sus individuos.	Cada institución pública es creada para desempeñar sus propios objetivos y cumplir con aspectos ejecutivos, legislativos, judiciales, etc.
Maneja un tipo de comunicación horizontal, mayor flexibilidad y apertura en cada uno de los mandos.	Maneja un tipo de comunicación descendente, fundamentada en regulaciones, división del trabajo, jerarquía.

Tabla N° 2 Institución pública y privada  
Elaborado por: Darío León R.

## **Importancia**

La comunicación institucional es un elemento decisivo para lograr:

- Una mejor gestión de la institución (interna organizativa; externa social).
- Una práctica informativa democrática (de servicio público) que contribuya a hacer efectivo el derecho a la información y a las obligaciones adquiridas por las Administraciones.
- Una proyección social de las instituciones públicas que fomente el conocimiento y la participación de la ciudadanía. Todo ello será básico en las ocasiones cada vez más frecuentes en que resulte clave llegar a un acuerdo social respecto a determinar actuaciones de la Administración Pública. Aranes, J. (1997, pág. 64) .

La comunicación juega un papel importante a la hora de tomar decisiones dentro de una institución, es así que la importancia de generar buenas relaciones, es un factor de éxito o fracaso a la hora de comunicar de forma efectiva y eficaz.

## **Objetivos de la comunicación institucional**

Los Planes de Comunicación se conciben para definir los criterios básicos de comunicación (interna, externa y marketing) durante un periodo largo de tiempo (por ejemplo, cuatro años) y los criterios básicos con carácter anual. Es decir, que

por una parte se fijará el objetivo general de comunicación y por otro el correspondiente al año en curso, como patrón básico de trabajo.

La comunicación institucional, mediante su planificación, persigue al menos los siguientes objetivos:

1. Presentarse ante la opinión pública.
  2. Obtener un espacio estable y definido en los canales de comunicación conforme a un plan previo.
  3. Contribuir a los objetivos generales de la institución, entidad o empresa, y mejorar sus métodos internos de trabajo, su productividad y el bienestar de los implicados.
  4. Como consecuencia de todo lo anterior, generar una imagen corporativa determinada, ajustada a los objetivos, consecuente con su historia y esperanzadora y positiva hacia el futuro.
  5. Afrontar situaciones de crisis conforme a unos protocolos previos y superarlas con el menor daño posible, y generando al final del proceso sensación de confianza.
- Hernández, A (2002, pág. 1)

La comunicación institucional se desarrolla bajo una serie de objetivos que es informar, persuadir y motivar, estos métodos permiten analizar cuál es el ambiente interno y externo para que la comunicación se desarrolle con claridad y así mejorar su productividad y el bienestar de su institución y además estar preparados ante una situación de crisis para poder resolverlos con efectividad.

## **Tipos de comunicación**

### **Formal**

“Se definen a partir de la estructura organizacional establecida.” Gonzáles, C. (2006, pág. 37).

Tiene una autoridad de mando, es el tipo de comunicación que se respeta los reglamentos de la organización, su mensaje llega con efectividad a su destinatario.

### **Informal**

“No respetan la estructura formal, generándose a partir de la interacción natural que se da entre los miembros de una organización.” **Gonzáles, C. (2006, pág. 37).**

Este tipo de comunicación permite que se facilite el intercambio de experiencias y conocimientos, sin tomar en cuenta el cargo que ocupan dentro de la institución, el mensaje se transmite en forma libre sin conocer su origen.

### **Soportes de Comunicación: Dispositivos Permanentes:**

#### **Tablas de anuncios**

“Se utiliza para las informaciones legales obligatorias tales como las fijadas por Ley; las informaciones comunicadas al personal por la dirección, e informaciones que intercambia el personal.” **González, C. (2006, pág. 40)**

Es una herramienta que permite informarte de las obligaciones legales que la organización tiene como deber comunicar a todo su personal que labora en dicho lugar.

#### **Buzón de Sugerencias**

“Tienen por objeto permitir a los empleados emitir sus opiniones y sugerencias en cuanto a mejoramiento de la calidad, de la productividad, de los equipamientos o de los métodos, plazos, y condiciones de trabajo, etc.” **Piñuel, J. (1997, pág. 104).**

Este canal permite que sus empleados puedan manifestar sus opiniones, quejas, reclamos, de forma voluntaria para el mejoramiento de calidad y productividad de la institución.

#### **Correo electrónico**

Consiste en realizar un contacto con destinatarios seleccionados y transmitirles mensajes mediante técnicas telemáticas. Se puede acceder a estas informaciones por medio de una terminal de ordenador conectado a una red informática interna y o por módem, por servicios de las compañías telefónicas que permiten la conexión a Internet y con bancos de datos y servicios de mensajería electrónica a través de la misma red. **Piñuel, J. (1997, pág. 104).**



Es un servicio que pone a su disposición la mayoría de empresas e instituciones para que sus empleados tengan contacto con sus destinatarios y la comunicación se desarrolle de una manera rápida, este correo electrónico se conecta por medio de un ordenador a una red informática a través de las compañías telefónicas.

Esta herramienta nos permite agilizar los mensajes de una manera tan rápida que en cuestión de segundos la información llega a su destino.

### **Señalética**

Las señalizaciones tienen por objeto rotular la dedicación de los espacios a las personas, a las funciones, a las tareas, a las actividades o a las cosas, razón por la cual tanto la información que transmiten, como las connotaciones motivantes que pueden vehicular, están al servicio de la construcción de la identidad de personas, actos y relaciones. Piñuel, J. (1997, pág. 108)

Es un conjunto de señales, gráficos y símbolos que cumplen la función de guiar, orientar, a una persona o conjunto de personas, y que la institución pone al servicio de la colectividad para identificar los tipos de departamentos que ofrece, es una identidad visual corporativa y que muchas de las veces contiene un logotipo o marca de la empresa.

### **Dispositivos de periodicidad regular:**

#### **Periódico Interno**

Constituye el principal dispositivo a poner en funcionamiento para desarrollar la comunicación interna.

Sus tres objetivos principales son los de informar sobre la organización y su entorno, motivar resaltando experiencias positivas que se desarrollaron en la institución, valorando los esfuerzos puestos en ello, e integrar al personal, desarrollando sentimiento de pertenencia, creando lazos de solidaridad y favoreciendo un diálogo fluido. Activa los resortes de los comportamientos humanos en la empresa. Gonzáles, C. (2006, pág. 42).

#### **Carta al personal**

El uso de este soporte de comunicación interna debe realizarse planificada mente, y debe corresponderse con momentos clave en la organización o con informaciones

que sean sumamente necesarias, porque de lo contrario se puede caer en una canalización del soporte y perder credibilidad. Esta recomendación también es válida en caso de crisis, ya que su uso indiscriminado, sin previo diseño y sin planificación puede causar un efecto de crispación, sobre todo si la dirección no acostumbra a utilizarlo periódicamente. (Piñuel, 1997, pág. 116).

El uso de esta carta debe realizarse con responsabilidad y planificada mente y lanzar en el momento oportuno y con información necesaria de lo contrario puede perder credibilidad, esta recomendación es válida en caso de crisis ya que su uso puede traer discrepancias si no es utilizado periódicamente.

### **Notas y flashes informativos**

“Su objetivo es comunicar una información breve y a un público muy definido. Puede ser distribuido por correo electrónico, correo interno o a través del tablón de anuncios.” **González, C. (2006, pág. 43)**

La transmisión de la información es inmediata, confiable, hacia sus destinatarios.

“Emite una noticia de alcance tan pronto como conocida, interrumpiendo la programación habitual.” **Gómez, R. (2015, pág. 17)**

Son comunicados que tienen como objetivo dar a conocer al personal o público un informativo, puede ser una noticia, un anuncio, un recordatorio.

### **Dispositivos de frecuencia ocasional:**

#### **Audiovisuales de empresa para uso interno**

“Ofrecen una oportunidad de distensión, rompen la monotonía del trabajo y abren la posibilidad de diálogo.” **González, C. (2006, pág. 43)**

Es una herramienta en la que se combina una interacción entre lo visual y auditivo, generando cambios que te permiten salir de la rutina.

“Los medios audiovisuales son los medios técnicos de representación que permiten ampliar las capacidades propias de los sentidos de la vista y el oído. Amplían estos sentidos en sus dimensiones espacial y temporal.” **González, A (2003, pág. 1)**

Permiten ampliar la comunicación, el dialogo en la entidad con esto se logra un ambiente en donde todos están comunicados, pueden resolver problemas, interacción entre miembros de distintos departamentos.

### **Reuniones**

“Es el tiempo que es dedicado a escuchar e intercambiar información puede estar sincronizado formal o informalmente con el desempeño de las tareas que surgen a partir de las relaciones de producción.” **(Piñuel, 1997, pág. 118)**

Son actividades que sirven para socializar e intercambiar comentarios tanto positivos como negativos del desempeño que se presentan en la producción de una organización.

“Facilitan el cumplimiento de las tareas del grupo y organizan las de discusión, toma de acuerdos y responsabilidades de los miembros del grupo. Se orientan a organizar el debate y el trabajo colectivo.” **Cano, A. (2005, pág. 11)**

Tiene como principal objetivo la solución, debate de los problemas que están en la entidad, el trabajo es colectivo por cada uno de los miembros del grupo.

### **Seminarios de estudio**

“Su finalidad es abordar en forma profunda un problema, generalmente complejo y hacer que cada persona participe con diversos medios: ponencias, ejercicios de simulación, juego de preguntas y respuestas, etc.” **González, C. (2006, pág. 45)**

Tiene como principal objetivo el estudio de un problema complejo logrando además con la participación de los integrantes del seminario, el tiempo que se lleva a cabo en un seminario es variable dependiendo de cómo se desarrolle, con esto se logra el aprendizaje, profesor alumno, y a su vez el alumno empieza a ser el mismo profesor.

## **Video conferencia**

“La video conferencia permite la realización de reuniones entre personas físicamente ubicadas en regiones geográficas diferentes. A través de un sistema de telecomunicaciones (imagen y sonido) desde dos o más estudios conectados por Internet.” **González, C. (2006, pág. 45)**

Es una manera rápida de mantener contacto con otras personas, utilizando imagen y sonido sin necesidad de la presencia física.

“La video conferencia es un sistema interactivo que permite a varios usuarios mantener una conversación virtual por medio de la transmisión en tiempo real video, sonido y texto a través de internet.” **e-ABC Learning (2011, pág. 1)**

Esta permite la comunicación tanto visual y auditiva entre personas ubicadas en distintos lugares a través del internet y de dispositivos como teléfonos inteligentes, tablets, computadoras.

## **Entrevistas individuales**

“Consisten en un tiempo de trabajo destinado al desarrollo de alguna tarea, pero sólo entre dos personas.” **González, C. (2006, pág. 45).**

Es la que se lleva a cabo entre la persona que busca un empleo y un directivo de la entidad o un agente de recursos humanos encargados de buscar el personal idóneo para el puesto en la organización, se la realiza para conocer a la persona, sus conocimientos y sus aptitudes.

## **Acogida**

“Los procedimientos de acogida son establecidos para la recepción de nuevos miembros a la organización.” **González, C. (2006, pág. 45)**

El plan de acogida en una empresa consiste en darle la bienvenida al empleado en cuestiones básicas como horarios, ubicación posteriormente darle la información sobre la cultura que se maneja en la entidad y darle a conocer la estructura y actividades a cumplir en su puesto.

### **Grandes Celebraciones**

“Consisten en acontecimientos convocados a iniciativa de los cuadros de filosofía superior, para reunir a un importante número de personas en la empresa, movilizándolos en torno a un tema concreto, como puede ser la presentación de un nuevo producto.” **González, C. (2006, pág. 46)**

Se efectúan con el fin de reforzar esos vínculos o generar nuevos que ayuden a incentivar el trabajo en la entidad y a su vez fomentar el compañerismo.

### **Visitas de empresa**

Son las visitas de los miembros de la organización a las fábricas, o a las delegaciones regionales, o a las visitas de las familias de los empleados al lugar de trabajo de sus allegados, o la visita de los vecinos de su entorno geográfico o profesional para conocer por dentro las instalaciones de la organización y al personal que trabaja en ellas. (Piñuel, 1997, pág. 124)

Son personas que mantienen una visita constante para verificar las estaciones, los productos y servicios que ofrece la empresa y el desenvolvimiento de sus empleados.

La mayoría de grandes empresa, y muchas pymes han integrado estas actividades como parte de su política social y de recursos humanos, atendiendo a las numerosas peticiones que reciben de distintas instituciones teniendo en cuenta la contrastada utilidad de las prácticas como mecanismo de reclutamiento y selección, y sin perder de vista el retorno que supone una actividad de los estudiantes que puede ser de gran utilidad y bajo coste. Aguilar, Peinado, & Cunha (2010, pág. 22)

Son las realizadas por centros educativos, empresas, familias con el fin de conocer las actividades procesos que posee la organización así mismo para conocer el profesional que se encuentra en las instalaciones.

## **Dispositivos puramente ocasionales:**

### **Reclamos a la dirección**

“Son las preguntas o reclamos planteados, generalmente anónimos, pueden realizarse con anterioridad a una celebración o reunión importante con el compromiso de la organización de darles respuestas durante esos eventos.” **Gonzáles, C. (2006, pág. 46)**

Es un trámite realizado por un trabajador o grupo para resolver problemas que pueden estar ocurriendo en la entidad o por falta de algún instrumento que permita el normal desenvolvimiento de sus actividades.

### **Mensajes difundidos por altavoces**

“Sin posibilidad de prestarse a la apertura del diálogo, los mensajes difundidos por este soporte comunicativo son poco retenidos, y a veces percibidos de manera agresiva.” **Gonzáles, C. (2006, pág. 47)**

Son transmitidos a medios masivos con gran espectro audible con contenido generalmente de avisos o publicidad estos presentan limitaciones rangos de frecuencia y también no existe la posibilidad de un dialogo.

## **Sentido de Pertinencia**

### **Motivación**

Se brinda al personal para crear un motor de satisfacción laboral, por medio de charlas, videos interactivos, que te ayudan a motivarte y ser cada día mejores seres humanos.

“La motivación está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo. La motivación también es considerada como el impulso que conduce a una persona a elegir y realizar una acción entre aquellas alternativas que se presentan en una determinada situación.”  
Ramírez, A. (Ramírez, 2012, pág. 1)

## **Comunicación**

“La comunicación implica que una persona recibe un mensaje, y es la percepción de lo que se dice y la consecuente valoración, la que motiva o desmotiva a la realización de una u otra alternativa, a la consecución de uno u otro fin.” **(Del Campo Vega, 2004, pág. 57)**

La comunicación es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes.

La comunicación es un medio que permite transmitir o recibir ideas establecer enviar un mensaje entre nuestros amigos familiares conocidos con el fin de establecer una conexión, en la organización se la realiza con el fin de establecer un ambiente motivador y alentador entre los miembros de la entidad.

## **Relaciones interpersonales**

Las relaciones interpersonales también tienen que ver con generar un sentido de pertenencia a un grupo. Aquella persona que se sienta parte de un grupo, que disfrute de un clima organizacional apropiado tendrá más arraigado el sentido de pertenencia que aquel que no se sienta parte. Goffman, E (1981, pág. 49)

Son las acciones que se realizan en una entidad, estas asociaciones pueden basarse en emociones o sentimientos, como el amor y el gusto artístico, con el fin de lograr un interés en las actividades sociales.

## **Cultura Organizacional**

La cultura de una organizacional ha sido definida y utilizada de muy diversas maneras.

La cultura de una organización se refiere a las presunciones y creencias básicas que comparten los miembros de una organización. Ellas operan en forma inconsciente, definen la visión que los miembros de la organización tienen de esta y de sus relaciones con el entorno y han sido aprendidas como respuestas a los problemas de subsistencia en el entorno y a los propios de la integración interna de la organización. Rodríguez, M. (2005, pág. 135)

Es el comportamiento en base a sus experiencias, creencias y valores personales y culturales que comparten los miembros de una organización, es la forma que interactúa entre sí.

#### Planificación estratégica de comunicación

Un plan estratégico de comunicación es una propuesta de acciones de comunicación basada en datos, objetivos y presupuestos debidamente planificados. Este plan es una rama del plan de mercadeo de la organización, por lo que deben ir de la mano y nunca pueden contradecirse, por el contrario deben obedecer a las políticas institucionales y a la misión y visión de la misma. Cruz, F. (2006, pág. 1)

Son estrategias que requieren de una adecuada planificación, es indispensable fortalecer la imagen de liderazgo de la organización y obedecer a las políticas institucionales.

#### **Pasos básicos para la implementación de un plan de comunicación estratégica**

- **Investigación y adición.**

Emitir un diagnóstico que sirva de base para el plan de comunicación requerido. Permite conocer el estado de la organización, saber cuáles son sus necesidades en términos reales, científicamente definidos.

Establecer mecanismos apropiados para la difusión de un plan de comunicación, conocer sus prioridades.

- **Planeación y programación.**

En esta etapa se decide y propone la forma de solucionar el problema o de satisfacer la necesidad de comunicación encontrada. En esta etapa se planean y calendarizan las estrategias que se llevarán a cabo y se presenta “en blanco y negro”, de la forma más completa posible (incluyendo recursos requeridos, presupuestos y formas de evaluación). Es importante que todo lo que se proponga realizar sea acorde a los recursos (humanos, materiales y económicos) con que cuenta la empresa, a su cultura y filosofía corporativas, y repercuta en el alcance de los objetivos corporativos.

En esta etapa buscamos la solución al problema para llevar a cabo las estrategias que vamos a utilizar y planear de acuerdo a los recursos que cuenta la empresa.

- **Implantación del plan estratégico de comunicación:**

Esta fase implica llevar a cabo lo planeado y aprobado, de la forma en que fue pensado y programado.



Se llevara a cabo todo lo que se ha preparado en la estrategia anterior.

- **Evaluación.**

Gracias a la etapa de evaluación se conoce qué tanto fueron aceptadas o rechazadas las estrategias planeadas, aprobadas e implantadas, y cuán efectivas o no resultaron. Con esta fase, que puede empezar desde el mismo momento en que se implantaron las estrategias, se cierra un ciclo y comienza el otro, en el que, por lógica, la fase 4, se convierte también en fase 1, cuando el proceso se vuelve un continuo. Cruz, F. (2006, pág. 2)

Realizaremos una evaluación de todas las estrategias para verificar su efectividad.

## **Estructura del plan estratégico de comunicación**

- **Primera etapa: Análisis de la situación.**

En esta etapa, vía investigación, es fundamental. Podría ser compartida con un plan de marketing pero, en este caso, se ha de hacer especial hincapié en el análisis de los recursos de comunicación, tanto propios como de las empresas con las que se compete. Por ello, se han de analizar también las acciones comunicativas de la competencia.

Es importante realizar un análisis de los recursos con que cuenta la empresa tanto propios, como de la competencia, verificar cuales son las acciones de comunicación.

- **Segunda etapa: Diagnóstico de la situación.**

De entre las herramientas más usuales para el diagnóstico recomendamos el DAFO (exposición de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de la empresa). Esta herramienta es más útil para determinar objetivos y estrategias de comunicación que otras que resultan más operativas en el ámbito del marketing (Matriz de Posición Competitiva, Matriz Boston Consulting Group; etc.).

En esta etapa procedemos a realizar un breve diagnóstico del DAFO, para verificar los objetivos y estrategias de comunicación.

- **Tercera etapa: Determinación de los objetivos de comunicación.**

Se ha analizado la posición de la empresa respecto al mercado y se ha diagnosticado su situación interna y externa. A partir de ahora, y antes de fijar los objetivos de comunicación, se han de contemplar los objetivos de marketing que la empresa fijó en su día. En lo sucesivo, debemos contemplar cada una de las etapas bajo la perspectiva y disciplina del marketing y después bajo la perspectiva y disciplina de la comunicación.

Se realizara un diagnóstico de la empresa tanto interna como externa, para examinar los objetivos de marketing que la empresa fijo en su día.

- **Cuarta etapa: Elección de las estrategias.**

Para comenzar a determinar las estrategias que permitirán la consecución de los objetivos que fijamos en la etapa anterior, deberíamos diferenciar los diferentes niveles existentes en

las estrategias definidas por la empresa. Estos niveles están siempre supeditados el uno al otro, es decir las decisiones que se tomen en un nivel afectan siempre al inferior y así sucesivamente. Posteriormente los diferentes niveles estratégicos son 1. Estrategias corporativas (misión, visión), 2. Estrategias de cartera (alternativas producto-mercado); 3. Estrategias de segmentación y posicionamiento (conjunto de clientes con características semejantes a los que la empresa se dirige en uno o varios mercados); 4. Estrategias funcionales (constituyen al marketing mix). Determinar la estrategia de comunicación será la finalidad de todo plan estratégico.

Tomar en cuenta cada una de las etapas para que no afecte al resto, que las estrategias sean bien definidas a la hora de finalizar el plan estratégico.

- **Quinta Etapa: Definición de los planes de acción.**

Una estrategia debe traducirse en acciones concretas para ser una estrategia efectiva. Además, es importante asignar un responsable que supervise y ejecute los planes de acción en los plazos que se definirán. Deben asignarse los recursos humanos, materiales financieros requeridos para evaluar costes, y de una manera especial, jerarquizar atención y dedicación que se debe prestar a los planes en función de la urgencia e importancia.

Que las estrategias se conviertan en acciones efectivas, y se ejecute los planes de acción con efectividad tomando en cuenta los recursos que tiene la empresa.

- **Sexta etapa: Evaluación.**

Evaluar las estrategias y acciones que se han llevado a cabo permite a la empresa conocer qué ha hecho bien o mal, qué acciones han tenido más o menos éxito, aceptación o impacto en el público objetivo. Sin esta valoración periódica difícilmente será capaz de corregir y mejorar sus estrategias en el futuro. Tur-Viñes & Gauchi (2015, págs. 8-14).

Finalmente ajustar las estrategias y acciones y verificar si el plan de comunicación dio resultado y el impacto que causó en el público objetivo.

## **Plan de comunicación**

### **Definición:**

“Un plan de comunicación institucional parte con una descripción de la situación actual de la empresa o institución, para ello se debe obtener distintos canales, efectuando previamente un análisis FODA de la institución.” **Hernández A. (2012, pág. 2)**

Es una herramienta que te permite visualizar la problemática de la empresa, o institución en términos de recursos, tiempo, y objetivos.

Tomando en cuenta factores como:

### **B. Factores que intervienen en el Plan de Comunicación:**

- Imagen e identidad institucional
- Comunicación Interna
- Relación con medios
- Gestión de crisis
- Responsabilidad Social
- Misión
- Visión
- Objetivos
- Definición de estrategias
- Líneas de acción, Hernández A. (2012, pág. 2)

El esquema de un plan de comunicación parte de:

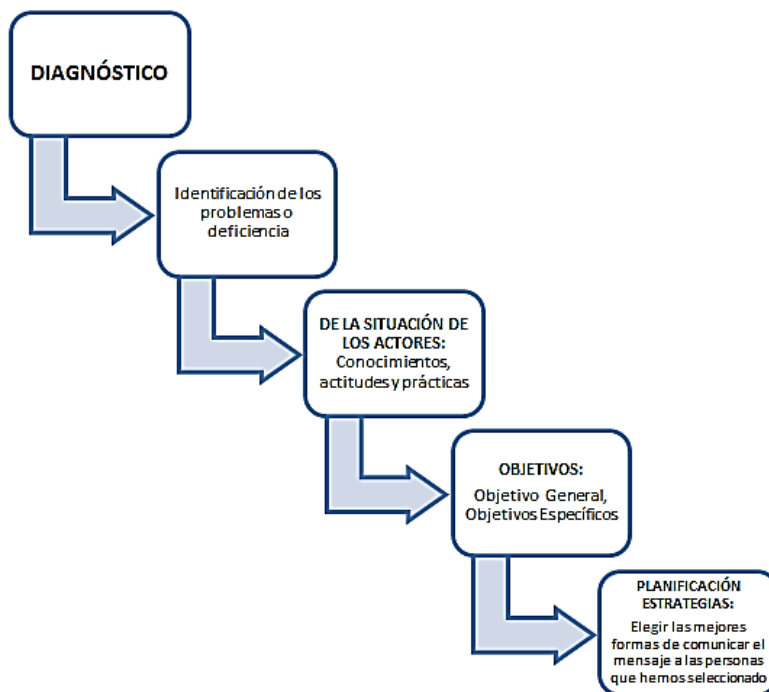


Gráfico N° 5 Diagnóstico  
Fuente: Hernández A. (2012, pág. 3)

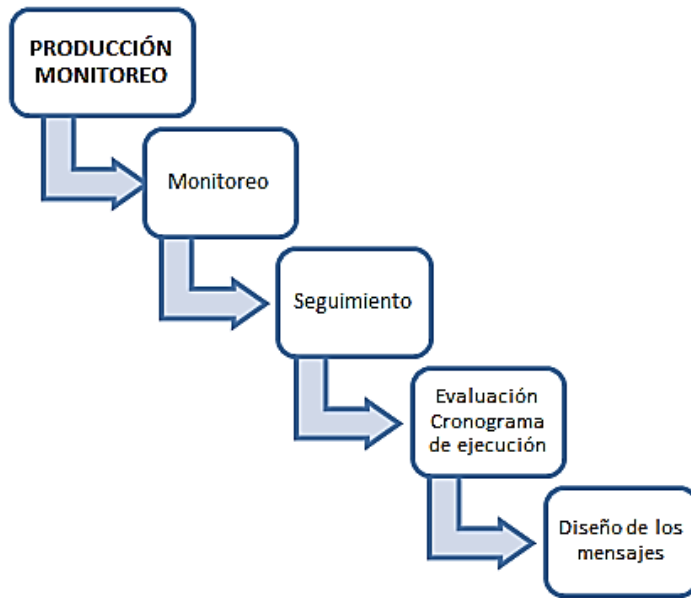


Gráfico N° 6 Producción monitoreo  
 Fuente: Hernández A. (2012, pág. 3)

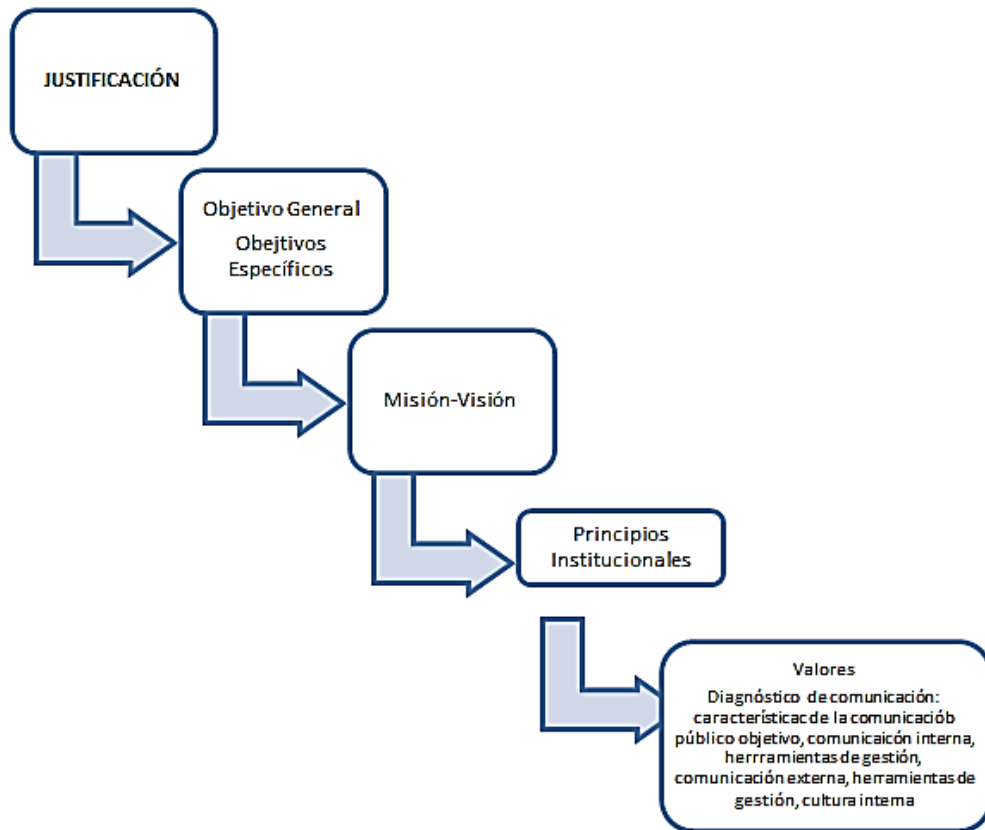


Gráfico N° 7 Justificación  
 Fuente: Hernández A. (2012, pág. 2)

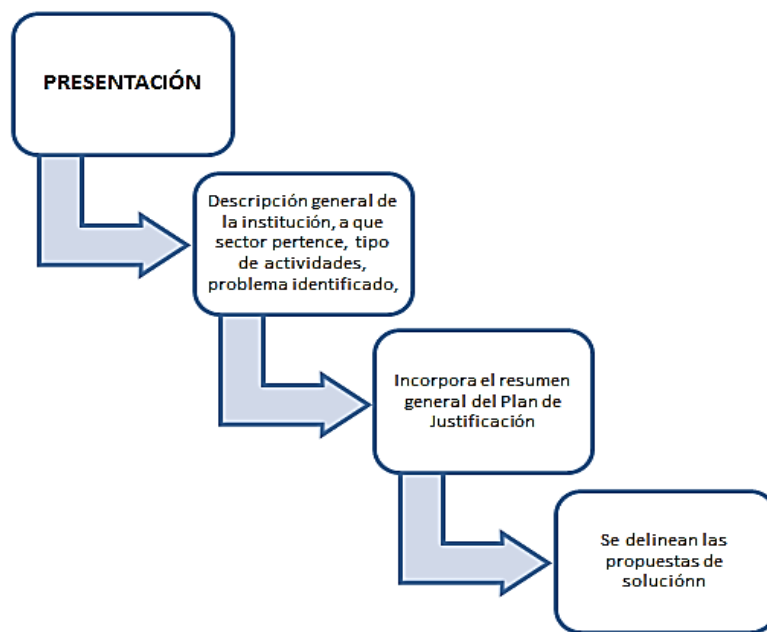


Gráfico N° 8 Presentación  
 Fuente: Hernández A. (2012, pág. 2)

Un plan de comunicación es un instrumento de, que mediante medios de comunicación busca socializar y comprender al talento humano de la entidad, para conseguir el desarrollo y cumplimiento de los objetivos organizacionales, establecidos en el Plan Estratégico Institucional, además genera cohesión, motiva, socializa y compromete al talento humano con la estrategia, con los procesos y con los clientes. Acosta R. (2008, pág. 1)

Un plan de comunicación a través de los medios busca socializar y comprender al talento humano, para el cumplimiento de los objetivos organizacionales, además motiva, socializa a estar comprometido con la institución.

El plan de comunicación constituye en un proyecto anual que debe ser actualizado y enriquecido con base en el análisis de los siguientes aspectos:

- La imagen que está proyectando la empresa & la imagen que desea proyectar, cambios de imagen para modernizar la organización y generar impacto en la mente del cliente.
- Los efectos que están generando internamente los proyectos implantados.
- Las respuestas de la comunidad hacia las acciones emprendidas.

- Cambios relevantes que deban ser asimilados y apoyados por los diferentes públicos de la entidad.
- La evaluación permanente de aspectos como: presencia institucional, la pertinencia de las herramientas de comunicación que están siendo utilizadas, la retroalimentación recibida del personal, el clima interno de trabajo, sugerencias, nuevas regulaciones entre otras. **Acosta R. (2008, pág. 9)**

Un plan de comunicación requiere de organización y desarrollo en donde intervienen ciertos factores tales como:

### **Entorno**

Se encuentra el producto servicio y sedes que es una acción operacional, además a que se ubica la información, publicidad, documentos, señalética, website, patrocinios, estos son una acción comunicacional.

“En la acción comunicacional interviene la identidad verbal, grafica, conductual y ambiental.” **Aguado R. (2012, pág. 3).**

La acción comunicacional es una herramienta fundamental ya que ahí se encuentran la parte operacional en donde intervienen todos los elementos importantes de la información, el análisis del entorno es un estudio minucioso de los actores o condiciones internas o externas que pueden afectar al plan.

### **Ruidos y Filtros**

“En los ruidos están las acciones competencia, las contingencias, rumores, indefinición de conceptos, saturación informativa, opiniones ajenas.

Dentro de los filtros esta la idoneidad de acciones, públicos y la credibilidad de la empresa los cuales influye en la imagen percibida.” **Aguado R. (2012, págs. 4,5)**

Los Ruidos son fenómenos que interfieren en la comunicación, puede presentarse en cualquier etapa de la comunicación. Los filtros pueden convertirse en ruidos o barreras, que distorsiona la información.

### **C. Propósito de la comunicación y del plan de comunicación**

- Propósito general de la comunicación:
- Ayuda a los empleados a entender y a manejar los cambios resultados de un proyecto.
- Compartir conocimiento y crear compromiso en un proceso de cambio.
- Crear conocimiento y entendimiento.
- Minimizar el desconocimiento.
- Divulgar un mensaje consistente a un grupo de interesados.
- Reducir barreras.
- Aumentar la retroalimentación de los empleados.

El propósito de la comunicación es satisfacer las necesidades de entendimiento entre sus empleados, compartir conocimientos, llegar a entenderse, buscar soluciones, el propósito general es informar, explicar, describir, definir y exponer.

#### **Propósito del plan de comunicación:**

- Fomentar el entendimiento de la estrategia dentro de la organización.
- Alinear a la organización hacia una visión compartida y una dirección común.
- Demostrar como los individuos en la organización pueden ayudar a implementar la estrategia de la compañía y proveer de la claridad sobre proceso de gestión estratégica.
- Mejorar la motivación para alcanzar los objetivos estratégicos.

- Proveer retroalimentación acerca del proceso de ejecución de la estrategia. Aguado R. (2012, pág. 17)

El propósito de un plan de comunicación es organizar y coordinar las estrategias que se van a tomar en cuenta, llegar a un entendimiento entre los individuos, y tener una visión para alcanzar los objetivos que se conseguirán a corto, mediano y largo plazo.

#### **D. Importancia:**

Para desarrollar, reflejar, controlar, cambiar acciones derivadas de las decisiones tomadas por la dirección.

Contribuye a lograr que las cosas ocurran conforme lo planeado, de manera sincronizada, coherente y clara.

Reduce los niveles de incertidumbre y da seguridad al personal para alcanzar los objetivos y metas propuestas por la dirección en el plan estratégico.

“Transmite a los diferentes públicos de la organización los mensajes orientados a mostrar hacia donde se dirige, generando confianza para acompañarla en sus emprendimientos” **Hernández A. (2012, pág. 24).**

Contribuye a sensibilizar al personal hacia el cambio reduciendo los niveles de reacción negativa, pues cumple también la labor de hacer partícipes a los empleados de las decisiones, metas, restos e información relevante para el desarrollo de la organización.

#### **E. Situación y análisis**

- La compañía
- Actividad.
- Estructura, actores clave.



- Marketing y objetivos comerciales.
- Estrategias de compañía.
- Puntos fuertes/ débiles.
- Gestión.
- Ámbito de actuación.
- Posición en el mercado.
- Imagen.

### **Los públicos**

- Clientes.
- Agentes de influencia.
- Empleados.
- Comercio/minorista.
- Fuerzas de ventas.
- Otros.

### **El producto/ servicio**

- Resultado, historia, cuota de mercado.
- Posición en el ciclo de vida del producto.
- Posicionamiento/ diferenciación.
- Sistema interno.
- Comunicación de marketing.

### **El mercado.**

- Marco competitivo.
- Tendencias del sector.
- Geografía/ estacionalidad.
- Sistemas de ventas y distribución.

### **La competencia**

- Cuotas, líneas de productos.
- Segmentos de mercado.
- Áreas de especialización.
- Otras empresas.
- Ventas y distribución.
- Comunicación de marketing.

### **Los medios**

- Prensa general.
- Tendencias de consumo.
- Conocimiento de audiencia.
- Cobertura reciente.
- Soportes de interés.

### **El entorno**

- Influencias externas.

- Política regulatoria.
- Preocupaciones medioambientales.
- Tendencias.
  - Demográficas.
  - Económicas.
  - Industriales.
  - Sociales.
  - Culturales.

### **Análisis de la situación**

- Identificar problemas y oportunidades.
- Centrarse en la diferenciación.
- Fijar la dirección de las recomendaciones.
- Aguado R. (2012, pág. 17)

Se refiere al análisis de datos, pasados, presentes y futuros, es importante identificar y analizar tendencias, fuerzas y fenómenos claves que tiene un impacto potencial en la formulación e implantación de estrategias.

### **F. Tipos de público para el plan de comunicación:**

Existen dos tipos de públicos con los cuales debemos comunicarnos, como son: Público externo y público interno.

#### **Público interno**

“Es aquel en el que existe una relación y una afinidad muy directa con el fin común de la organización.” **Delgado A., (2014, pág. 1).**

Son todas aquellas personas que están comprometidas dentro de una organización.  
Ejemplo: Los empleados, directivos, los accionistas mayoritarios.

#### **Publico externo.**

“Son los que se encuentran dentro del área de influencia de la misma y que, en una u otra forma, afectan o pueden afectar, favorable o desfavorablemente, a las actividades de ella.” **Aranguren E., (2012, pág. 1)**

Son todas aquellas personas que no tienen una relación directa con la organización.  
Ejemplo: Las autoridades gubernamentales, entidades económicas, financieras, los competidores.

#### **G. Herramientas de comunicación.**

En un plan de comunicación también intervienen herramientas de comunicación interna tales como:

##### **Boletines.**

“Es una publicación distribuida de forma regular, generalmente centrada en un tema principal que es del interés de sus suscriptores.” **Arias L., (2011, pág. 1)**

Es toda la información de importancia que transmiten a su miembros o empleados la organización.

##### **Periódico Institucional.**

“Son aquellos que están elaborados generalmente por una institución y que forman parte de la comunicación institucional.” **López R., et al. (2002, pág. 528).**

Su objetivo es informar los acontecimientos de la organización en forma de revistas, periódicos, o en digital, incluye datos, testimonios de todas las áreas que laboran sus empleados.

### **Buzón de comunicación.**

“Permite que las ideas anónimas o no, lleguen a la dirección y que esta puede actuar antes de que ciertos acontecimientos obliguen a reaccionar cuando ya sea tarde.”

**Díez S., (2006, pág. 50)**

Este canal de comunicación permite recoger ideas de todos sus empleados, para luego estas transmitir las a todo el personal ante una crisis organizacional.

### **Intranet, internet.**

Una intranet es una red informática propiedad de una empresa, que usa los mismo protocolos (TCP/IP, http) y técnicas de internet. Al contrario que internet, una intranet solo es accesible a partir de los ordenadores de una red local o bien de un conjunto de redes definidas. Daburon B., (2010, pág. 44).

Es una red privada en la cual solo ciertas personas tienen acceso a los ordenadores de una empresa, su ventaja principal ser un medio rápido e instantáneo.

### **Carteleras.**

“Es un de la herramientas de comunicación más utilizadas en las empresa debido al bajo coste de este instrumento y una percepción de fácil implementación.”

**(Mazzola, 2011, pág. 1)**

Es un medio de comunicación que es elaborado a base de papel y se lo coloca en un lugar visible, es necesario actualizarla periódicamente y consignar la fecha de cada publicación, puede incluir informaciones legales o sociales.

### **Circulares y hojas informativas.**

“Es un escrito que se emplea para comunicar simultáneamente un mismo asunto a varias personas a quienes por igual interesa.” **Iñiguez & Gonzáles, (2009, pág. 1).**

Es un mensaje que se envía a varias personas para comunicar alguna sugerencia o convocatoria de la organización. Los medios para hacerla conocer son variados correo electrónico, carta, intranet, blogs, etc.

### **Código de ética y comportamiento.**

“Es la ciencia del comportamiento moral, ya que estudia y determina cómo deben actuar los integrantes de una sociedad.” **Alarcón E. (2015, pág. 1).**

Es el estudio de las acciones morales de los individuos y de los grupos frente a una sociedad.

### **Correo electrónico- email.**

“El sistema del correo electrónico sirve para transmitir mensajes entre dos o más usuarios, incluye diferentes tipos de y estilos de letras, colores etc. También es posible incluir en un mensaje otros archivos o informaciones.” **Flores G.(2015, pág. 1).**

Es un medio que te permite enviar mensajes tanto a públicos internos como externos y es de gran utilidad dentro de una organización.

### **Evaluaciones de desempeño: estudios de clima laboral.**

“La evaluación del desempeño es un instrumento que se utiliza para comprobar el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos a nivel individual.” **Arides M., (2013, pág. 1).**

Es el rendimiento que tiene una persona o grupo de personas dentro de una organización para medir el grado de cumplimiento de las metas propuestas.

### **Eventos internos.**

“Lo que se realizan dentro de la organización, el responsable de estas convenciones, reuniones, agasajos o fiestas es el departamento de recursos humanos.” **Duarte C., (2012, pág. 1).**

Son todas las actividades que realiza la empresa para motivar a sus empleados estos pueden ser agasajos, fiestas, etc.

### **Equipos de trabajo.**

“Un equipo de trabajo es un conjunto de personas que realiza una tarea para alcanzar resultados.” (Palacios, 2014, pág. 1).

Son aquellas personas que trabajan por un mismo objetivo dentro de la organización, para cumplir una determinada meta.

### **Programas de capacitación.**

“El programa de capacitación es el instrumento que sirve para explicitar los propósitos formales e informales de la capacitación y las condiciones administrativas en las que se desarrollará.” Aguilar J., (2010, pág. 1).

Son capacitaciones que la organización realiza para ver las condiciones en que se desarrollan sus empleados, la capacitación está directamente relacionada con las habilidades, el conocimiento y las estrategias necesarias para realizar un trabajo determinado.

### **Reportes técnicos.**

“El reporte técnico de investigación es un documento que se utiliza para informar tanto los procedimientos como los resultados de una investigación en forma concisa y dentro de una estructura lógica.” Ávila H., (Ávila, 2006, pág. 1).

Son los resultados de una investigación para difundir información de una manera rápida y sencilla, los reportes no tienen un periodo regular de emisión ya que dependen de la periodicidad en la cual se presenten los trabajos.

### **Reuniones.**

“Se entiende por reunión a la agrupación de varias personas en un momento y espacio específico, con la finalidad de tratar un tema, informar, solventar conflictos, y tomar decisiones.” **Salinas O., (2010, pág. 1).**

Son momentos apropiados que prepara la empresa para tratar temas de importancia que se han suscitado durante un determinado tiempo y tomar soluciones y decisiones.

### **Videoconferencias.**

Son herramientas de comunicación sincrónica que se realiza a través de una red de comunicaciones y que permite el enlace entre dos o más puntos separados para el intercambio de video, audio y datos. Es considerada como una reunión virtual. FEDETIC (2012, pág. 2)

Es un medio que te permite socializar a través de un conjunto de herramientas como son video, audio y datos, su implementación nos brinda importantes beneficio.

### **Videos institucionales.**

“Es una herramienta que sirve para mostrarle a tus grupos de interés qué hace tu compañía, cuál es su filosofía, su visión a futuro, entre muchos otros factores.” **Bohórquez T., (2011, pág. 1).**

Es una alternativa que muchas organizaciones toman en cuenta a la hora de dar a conocer su filosofía, su visión. Es una herramienta de marketing que permite comunicar y fortalecer la imagen de una empresa, en él se pueden desarrollar todas sus actividades.

**Además intervienen herramientas de comunicación externa tales como:**

**Publicidad:** Prensa, revistas, televisión, radio, vía pública, internet, entre otros.



“Son dispositivos orientados a reclamar o llamar la atención de manera insistente y enérgica sobre un producto, un espectáculo o en general sobre algo con fines especialmente comerciales”. **Castaño R. (2004, pág. 14)**

Es un sistema de información y entretenimiento, en diferentes medios de comunicación para conseguir un objetivo, o promocionar un servicio con fines lucrativos.

### **Promoción**

“La promoción cubre toda aquellas actividades realizadas con el fin de informar, persuadir o recordar a los clientes potenciales los bienes o servicios de una empresa.”

**Kossen S. (1992, pág. 247)**

Es un sistema que te permite dar a conocer los bienes o servicios que ofrece la empresa a través de mensajes subliminales.

### **Marketing directo.**

Es un sistema interactivo de marketing que utiliza uno o más medios publicitarios para conseguir una respuesta medible y o transacción comercial en un punto determinado. **Sanglas T., (2008, pág. 14).**

Es un medio publicitario que facilita el contacto inmediato y directo con el posible comprador, a fin de promover un producto.

### **Publicidad directa (catálogos).**

La publicidad de forma directa es aquella que busca generar respuestas o formas de análisis más sencillo que el tipo de publicidad institucional. **Mendoza A. (Mendoza, 2011, pág. 1).**

Es un medio directo que busca resultados directos, rápidos y sencillos a corto plazo, lo que implica un mayor grado de exigencia por parte de los clientes.

### **Marketing electrónico.**

El marketing electrónico hace uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para conseguir los objetivos del marketing. **Hernández A. (2013, pág. 1).**

Es una herramienta que te permite satisfacer las necesidades y expectativas de un público al cual va dirigido cierto producto, o servicio, que la empresa o institución ofrece con precios módicos para el consumidor, utilizando las nuevas tecnologías.

### **Propaganda.**

“Es el uso sistemático más o menos deliberadamente planeado de símbolos, principalmente mediante sugestión y técnicas psicológicas similares.” **Rodero E., (2004, pág. 2).**

Es una forma de comunicación que busca influir en la actitud de las personas con el fin de obtener algún resultado. Eventos y acciones para el bien de la comunidad (encuestas actividades de defensa del medio ambiente, campañas educativas y culturales, donaciones).

“Los proyectos culturales comunitarios constituyen instrumentos indispensables para la transformación de la comunidad. Son la vía mediante la cual los individuos se insertan en su medio, realizando cambios en función de mejorar sus condiciones de vida y de satisfacer sus necesidades.” **Cruz Y., (2011, pág. 1).**

Son proyectos que la comunidad realiza para mejorar su estilo de vida, sus necesidades como transformación de cambio.

### **Relaciones con el gobierno.**

“Son los vínculos de coordinación, cooperación, apoyo mutuo e intercambio de acciones que se dan entre dos o más instancias del gobierno.” **Vargas, J. (2007, pág. 1)**

Son las relaciones de coordinación y cooperación que se dan entre dos o más instancias del gobierno.

### **Lobby.**

El lobby es una disciplina que tiene el propósito de conseguir decisiones favorables a sus intereses desde los poderes públicos. (Castillo, 2011, pág. 1).

Es un método en donde los poderes públicos son protagonistas en la toma de decisiones.

Es aquella actividad, remunerada o no, que busca promover, defender o representar cualquier interés legítimo de carácter individual, sectorial o institucional, en relación con cualquier decisión que, en el ejercicio de sus funciones, deban adoptar los órganos de la Administración del Estado y el Congreso Nacional. Escalona R., (2009, pág. 1).

Es un grupo de personas que laboran en el sector público y tienen influencias en asuntos políticos y legislativos y toman decisiones que sean a su favor, la función del lobby es amplia estos actúan a modo de consultoría, realizan tareas políticas y estrategias comunicacionales y de prensa.

### **H. Objetivos estratégicos del plan de comunicación.**

Identificar, seleccionar y priorizar los proyectos e iniciativas estratégicas que la empresa debe desarrollar para obtener los resultados planificados en el plazo adecuado.

Determinar los públicos estratégicos de la organización (sus necesidades y expectativas), requisitos específicos para satisfacerlos.

Poner en marcha la gestión del Plan Estratégico de Comunicación, a través de la comunicación de la estrategia que facilite la administración del Plan.

Realizar un diagnóstico (escuchar) estratégico del entorno y de la situación de la empresa, que permita identificar los puntos fuertes y debilidades que presenta la organización y sus necesidades a futuro.

Formular los lineamientos estratégicos, a partir de los resultados del diagnóstico, que guiarán el destino de la Comunicación de la empresa en los próximos años.

Desarrollar, en conjunto con el staff Gerencial, los objetivos estratégicos, indicadores y metas de Comunicación, que permitan a la empresa controlar su gestión y tomar decisiones oportunas. Hernández A. (2012, págs. 9,10).

Comprometer a todos los empleados en el entendimiento y la implementación de la estrategia, establecer responsabilidades y un gran sentido de importancia en la implementación de la estrategia, obtener un diagnóstico institucional dentro de los lineamientos de la misión, visión, construir un plan estratégico que pueda guiar la acción comunicacional de la institución, identificar las fortalezas y debilidades en las herramientas de la comunicación.

“Establecer responsabilidades y un gran sentido de importancia en la implementación de la estrategia.” **Hernández A. (2012, pág. 14).**

### **Estrategias del plan de comunicación son:**

Las estrategias de comunicación es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles.

La estrategia de comunicación es a la vez una decisión, una intención y una estrategia. Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación. La estrategia es un análisis, una intención o intención y una decisión.

La estrategia de comunicación ha de ser diseñada tomando como base la estrategia empresarial. La persona responsable del diseño de la estrategia de comunicación en la empresa. Rodríguez F., (2011, pág. 67).

La estrategia de comunicación es una serie de acciones programadas y planificadas, basadas en el análisis y el diagnóstico por parte de las herramientas de comunicación disponibles, sus estrategias son comunicar de manera efectiva y cumplir con los objetivos marcados.



Gráfico N° 9 Ubicación de la comunicación en el modelo de ejecución estratégica  
 Fuente: Hernández A. (2012, pág. 11)

				Mayo- Diciembre 2011											
Público	Mensaje	Medio	Mensajero	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Accionistas	C	Taller	Gerente General		C			C			C			C	
	D	Taller	Planificación			D									D
Gerentes	A	Seminario	Equipo de desarrollo	A											
	B	Seminario	Gerente General		B										
	C	Seminario	Equipo de desarrollo			C		C		C		C		C	
Jefes, asistentes, técnicos	A	Email	Equipo de desarrollo	A											
	B	Taller	Equipo de desarrollo		B										
	C	Taller	Gerente General			C		C		C		C		C	
	D	Taller	SMO					D						D	
Partes	A	Email	Equipo de			A									

interesadas			desarrollo													
	B	Reunión	Equipo de desarrollo			B										
	C	Reunión	Alcalde				C	C	C							C
	D	Reunión	SMO						D							D

Tabla N° 3 Cronograma  
Fuente: Hernández A. (2012, pág. 12)

### I. Elementos del plan de comunicación

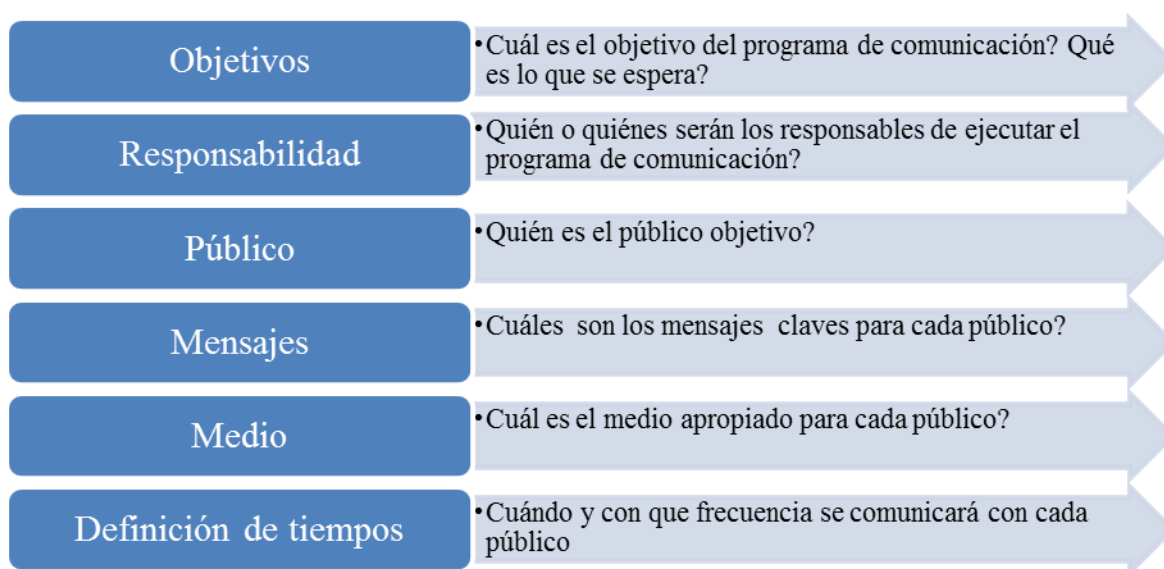


Gráfico N° 10 Elementos del plan de comunicación  
Fuente: Hernández A. (2012, pág. 16)

### Elementos del plan de comunicación

- Análisis de situación. Dónde estamos.
- Fijación del objetivo general. Dónde ir.
- Definición política general de comunicación por medio de un decálogo.
- Planing. Establecer los tiempos y las prioridades.
- Identificación de los medios necesarios (plan de medios).
- Elaboración de acciones. Objetivos específicos.
- Protocolo para situaciones de crisis.
- Sistemas de seguimiento y control: auditorías de comunicación, evaluación de campañas y estudios de presencia. Perujo S., (2012, pág. 31)

## Definición del público objetivo

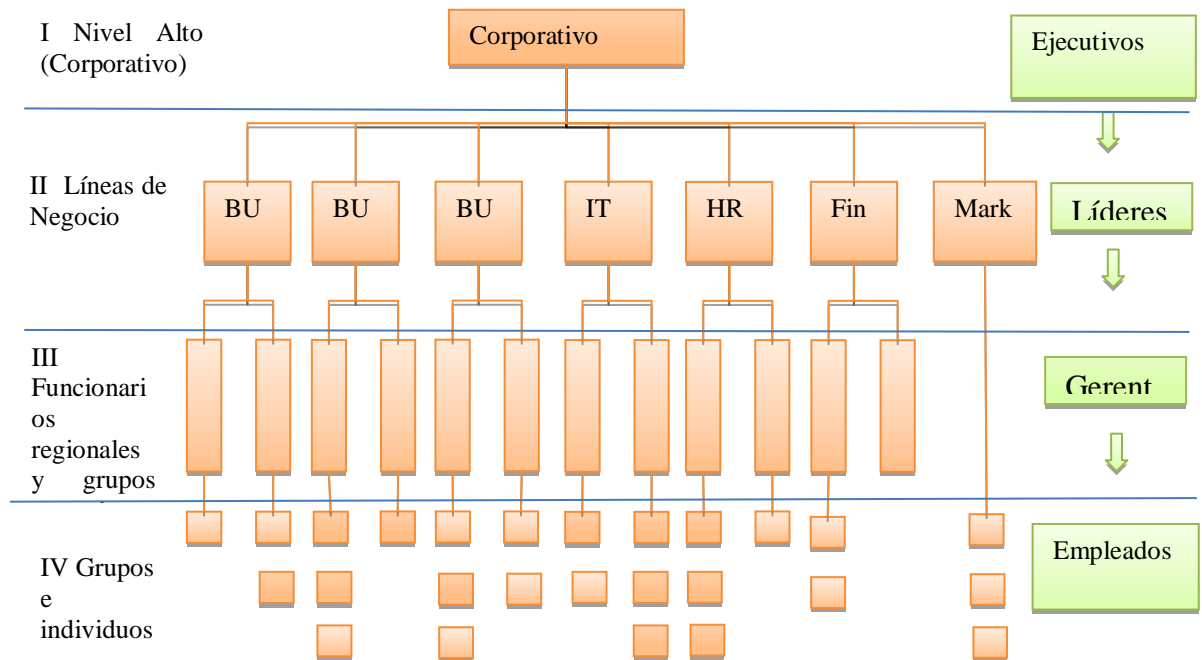


Gráfico N° 11: Definición del público objetivo  
Fuente: Hernández A. (2012, pág. 18)

## Identificación de los stakeholders

“Los Stakeholders son las personas y grupos que afectan o influyen de alguna manera la estrategia de la organización.” Hernández A. (2012, pág. 19).

Por lo tanto son todas aquellas personas que conforman una organización, pero al no ser identificados correctamente podrían no llevarse a cabo los objetivos planteados

## Definición de los mensajes claves.

Los mensajes a comunicar deben corresponder a las preguntas básicas que los empleados comúnmente harían y las que los gerentes estarían obligados a responder.

PREGUNTAS CLAVES	CONTENIDO DEL MENSAJE
¿Qué es un mensaje estratégico?	Introducción a la organización enfocada en la estrategia. Introducción a los mapas estratégicos.
¿Cuál es nuestra	Visión, misión, valores de la compañía.

estrategia?	Mapa estratégico de la compañía. Vínculo entre programas clave y prioridades estratégicas ya comunicadas y bien conocidas dentro de la organización.
¿Cómo lo llevamos a cabo?	Introducción los indicadores de desempeño y metas. Introducción a las iniciativas estratégicas y entregables. Presentar los resultados de la compañía.
¿Cuál es mi rol al ejecutar la estrategia de la compañía?	Despliegue del Plan Organizacional. Ligar los programas de administración de desempeño a la estrategia. Alinear las metas de las personas al Plan Organizacional.

Tabla N° 4 Preguntas clave  
Fuente: Hernández A. (2012, pág. 20)

### **Selección de los medios adecuados**

“Dentro del plan de comunicación se realiza la selección de los medios adecuados como son audio, video, impreso, medio electrónico, reuniones, utilizados por los ejecutivos corporativos, líderes, gerentes y empleados.” Hernández A. (2012, pág. 21).

### **Medios de Comunicación**

- **Canales más interactivos**

Comunicación Face to Face, comunicación rápidas, reuniones con pequeños grupos, video conferencia, presentaciones para grandes grupos, conference call, email.

- **Canales menos interactivos**

Intranet, Cartas de la alta dirección, memos internos, Faxes, cartas, periódicos, revistas, discursos formales, newsletters. Hernández A. (2012, pág. 23)

- **Comunicación en ciclos:**

- **Por Público:** Dentro de este grupo se encuentran los ejecutivos corporativos, quienes comunican a sus líderes, los líderes que



comunican a sus gerentes, los gerentes que comunican a sus empleados y finalmente los empleados.

- **Por Mensaje:** Dentro de este grupo se encuentra el mensaje N°1 y N°2 y N° 3 que son los que se comunica a todo el mundo, de forma conjunta. Hernández A. (2012, pág. 24).

Los medios de comunicación más interactivos son los que se utilizan dispositivos de videoconferencia haciendo que la comunicación sea interactiva, en cambio los medios de comunicación menos interactivos son los periódicos revistas, cartas.

#### **Actitudes que exhibe la gente ante el cambio**

- **Innovadora:** Personas que colaboran en la implantación de cambios que consideran una mejora.
- **Receptiva:** Gente que se acoge bien a los cambios cuando los conoce y acepta los beneficios que pueden reportar.
- **Resignada:** Gente que se adapta gradualmente al cambio porque no cree que le quede otra opción.
- **Resistente:** Gente que lucha contra el cambio sin saber lo que le espera y teme siempre lo peor. La resistencia es una manifestación de “miedo a lo desconocido”.

#### **Los factores más importantes al momento de desarrollar un plan de comunicación son:**

**Planear:** Se basa en la identificación de acciones de comunicación que deben emprenderse, identificar públicos, identificar para cada público objetivo: canales, materiales, responsables y plazos de ejecución (cronograma), la asignación de recursos necesarios para ejecutar el plan de costos, y el diseño de los mensajes teniendo en cuenta la sensibilidad e intereses de los beneficiarios.

**Ejecutar:** Se basa en producir con base en el plan, como también de iniciar contactos de acuerdo con los propósitos establecidos, preparar a los responsables, coordinar el equipo en torno a objetivos y ejecutar campañas de acuerdo con el plan definido.

**Estudiar:** Se basa en el continuo control y evaluación para analizar efectos y corregir las desviaciones a tiempo.

**Actuar:** Es necesario realizar los ajustes requeridos con base en la información de la verificación y volver a iniciar en ciclo para asegurar de que los mensajes han sido comprendidos. Acosta R., (2007, pág. 12)

Por lo tanto para desarrollar un plan de comunicación es importante tomar en cuenta factores como planear, ejecutar, estudiar, actuar, cada uno de estos cumplen con diferentes objetivos y acciones de comunicación.

## **Conceptualización de la variable dependiente: Valores**

### **Cultura**

#### **A. Definición**

La cultura es una abstracción, es una construcción teórica a partir del comportamiento de los individuos de un grupo. Por tanto nuestro conocimiento de la cultura de un grupo va a provenir de la observación de los miembros de ese grupo que vamos a poder concretar en patrones específicos de comportamiento. Herrero J. (2002, pág. 1)

La cultura es el comportamiento, conocimientos, actividades que posee un grupo determinado de personas.

#### **Definiciones de cultura y sociedad**

“Se refiere a los comportamientos específicos e ideas dadas que emergen de estos comportamientos, y sociedad se refiere a un grupo de gente que tienen, poseen una cultura.” **Herrero J. (2002, pág. 1).**

La cultura está asociada con el comportamiento, conocimiento o ideas adquiridas mediante tradiciones que son autóctonas de un pueblo sociedad o grupo de personas.

La sociedad es un grupo de personas que poseen diferentes ideologías, costumbres y tradiciones ancestrales.

### **C) Características Universales de la Cultura**

1. Compuesta por categorías: Las taxonomías están en sus cabezas. Las categorías y taxonomías (formas de clasificación de la realidad) ayudan a la gente a no confundirse dentro del grupo.
2. Cultura es siempre un Código Simbólico: Los de esa cultura comparten esos mismos símbolos (entre ellos la lengua) lo que les permite comunicarse eficazmente entre ellos.
3. La cultura es un sistema arbitral: no hay reglas que obliguen a elegir un modelo; cada cultura ostenta su propio modelo de comportamiento cultural.
4. Es aprendida: No es genética, no es interiorizada por instinto; una persona es el profesor (enseñador) de otra (en muchos de los casos la madre, el padre, el tío, etc.).
5. Es compartida: es necesario que todos los miembros tengan los mismos patrones de cultura para poder vivir juntos, por eso se comparte la cultura a través de la infancia, cuando se está introduciendo a los niños en la sociedad, es decir, se les está socializando (un proceso de socialización).
6. Es todo un sistema integrado: donde cada una de las partes de esa cultura está interrelacionada con, y afectando a las otras partes de la cultura.
7. Tiene una gran capacidad de adaptabilidad: está siempre cambiando y dispuesta a acometer nuevos cambios.
8. La cultura existe (está) en diferentes niveles de conocimiento: nivel implícito, nivel explícito.

9. No es lo mismo la “idea propia de Cultura” que la “cultura real vivida”: una cosa es lo que la gente dice qué es su cultura, y otra muy distinta es lo que ellos están pensando, en base a su modelo ideal de lo que deberían hacer, sobre lo que están haciendo.
10. La primera y principal función de la cultura es adaptarse al grupo. Conseguir la continuidad a través de los individuos nuevos, juntarse al grupo. Herrero J. (2002, pág. 3).

Entre las características principales que posee la cultura es que comparten un código simbólico es decir que permite una mejor comunicación entre ellos, posee capacidad de adaptabilidad ante los cambios externos al igual que a los cambios de su propio grupo.

#### **D) Funciones de la cultura:**

La primera provee un contexto en lo que nos relacionan los aspectos de una sociedad como son: el lingüístico, el físico y el psicológico. El lenguaje crea una comunicación con gente que tiene valores y creencias similares. Los aspectos físicos permiten un ambiente de actividades que nosotros hacemos con la cultura. Lo psicológico se relaciona con las actividades mentales, enfocándose en que creemos y en que hemos aprendido.

La segunda, proporciona estructura, estabilidad y seguridad que nosotros usamos como parte de un grupo. Para algunas personas la estabilidad y estructura puede indicar subordinación, en cambio para otros la estabilidad es bien recibida. Gou-Ming & Starosta (1998, pág. 26)

Entre las principales funciones que tiene la cultura es definir fronteras ya que estas definen el comportamiento de cada grupo de personas, definir la entidad que posee cada organización y otorga el sentido de pertenencia hacia los demás miembros de la organización.

## **E) Diferencias de cultura**

Existen diferencias entre las culturas aunque se trate del mismo país, esto se debe a las diferencias sociales, al existir diferencias sociales pueden manifestarse culturas distintas esto se puede simplificar en las subculturas. Las manifestaciones culturales corresponden a que existen diferentes grupos sociales por la formación económico-social. Cada subcultura tiene características específicas que la distinguen de las demás pero comparten a la vez formas culturales con los otros grupos que también forman parte de la misma. Bate L. (1984, pág. 28)

Todas las culturas no son iguales ya que sus costumbres son distintas esto se debe a factores como económicos, a la sociedad y los valores que se inculquen en las personas.

## **F) Niveles de cultura**

Los niveles que describen la cultura son; la cultura alta, cultura media alta, cultura media baja, cultura baja y cultura folklórica baja. La primera se refiere en general sobre la cultura americana y deja afuera lo étnico, religioso, regional y otras variantes formada por escritores serios y artistas. La segunda se refiere la descripción de lo cultural y lo público conformado por profesionales, ejecutivos y críticos. La tercera se enfoca en que las características de lo público es mejor saber sobre sus estándares ya que son estables y está formada por estudiantes jóvenes o personas con un nivel de estudios básico. (Domínguez C. , 2010, pág. 6)

Dentro del primer nivel esta la cultura americana, posteriormente se encuentra conformado por profesionales, ejecutivos, críticos y como siguiente nivel está el conformado por estudiantes o personas que tiene niveles de estudios bajos.

## **G. Cultura Nacional**

Se define como la continua reproducción de los patrones de valores, símbolos, memorias, mitos, y tradiciones que componen la distinción entre el patrimonio de las naciones y la identificación de los individuos con ese particular patrimonio y esos, valores, símbolos, memorias, mitos y tradiciones. (Dieckhoff & Gutiérrez, 2001, págs. 30-32)

Es la información que es transmitida de generación en generación como tradiciones, costumbres y que forman parte de un Estado.

## **Cultura Ciudadana**

## A) Definición

“La ciudadanía es la respuesta a la pregunta, quién soy, y que debo hacer, cuando se plantea en la esfera pública.” Van Gunsteren H.R. (1988, pág. 752)

La reproducción cultural contempla la transmisión, de generación en generación, de un sistema de creencias y costumbres que se expresan como conjunto de reglas o códigos culturales que definen límites, sin los cuales no existe el orden.

La cultura ciudadana se entiende como un trastorno de sentido que regula los comportamientos de los ciudadanos, en la medida que establece las reglas mínimas comunes que hacen posibles las relaciones entre ellos y con su entorno. Franky, M. (1997)

La cultura ciudadana son las costumbres acciones y reglas mínimas compartidas que generan sentido de pertenencia, facilitan la convivencia urbana y conducen al respeto del patrimonio común y al reconocimiento de los derechos y deberes ciudadanos.

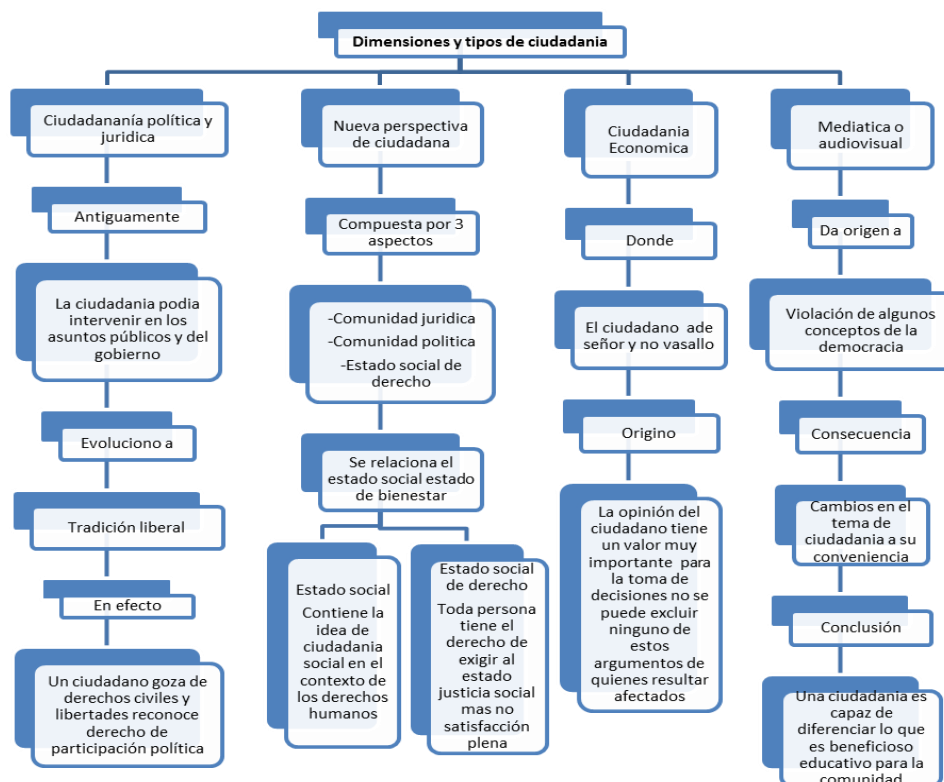


Gráfico N° 12 Dimensiones y tipos de ciudadanía  
Elaborado por: León R, Darío (2015)



Gráfico N° 13 Ciudadanía cosmopolita o global  
Elaborado por: Darío León R. (2015)

## Valores

### Definición de Valor

Es un grado de utilidad o aptitudes de las cosas, para satisfacer las necesidades o dar bienestar. Por la cual obtenemos cualidades de las cosas, en virtud de la cual se da para cierta integridad o algún equivalente. Este concepto abarca contenidos y significados distintos y ha sido abordado desde diversas perspectivas y teorías. El valor se refiere a una excelencia o a una perfección. La práctica del valor desarrolla la humanidad de la persona, mientras que el contra valor lo despoja de esa cualidad. Desde un punto de vista socio-educativo, los valores son considerados referentes, pautas que orientan el comportamiento humano hacia la transformación social y la realización de la persona. López, R., (2011, págs. 4-5)

El termino valor tiene diferentes ideologías y conceptos sin embargo los valores influyen en el comportamiento de las personas en sus prioridades y relaciones, son principios morales y éticos.

## **Importancia de los valores en la sociedad**

El tratamiento de los valores ha sido, tradicionalmente, una preocupación de los sistemas educativos y de las corrientes de pensamiento pedagógico. A lo largo de la historia de la educación se ha podido establecer un nexo de relación entre las propuestas ético-filosóficas de las diferentes corrientes y sus correspondientes planteamientos pedagógicos.

En las escuelas propias de las sociedades en las que predominaban los valores religiosos, estos se situaban en el punto de referencia de los objetivos y contenidos educativos. Así se puede hablar de una escuela propia del mundo cristiano con valores ético religiosos.

Mucho más recientemente las distintas tendencias agrupadas bajo la denominación de “Escuela Nueva” también han destacado entre sus finalidades este aspecto de la formación de las personas, al subrayar como objetivos de la educación, entre otros, la tolerancia, la igualdad y la solidaridad.

Sin embargo la complejidad del mundo actual, con la aparición de determinados elementos nuevos y de crucial importancia para la vida social de las generaciones futuras, la crisis ambiental, el desarrollo de las comunicaciones entre civilizaciones, hasta entonces aisladas entre sí, los problemas de salud pública, la educación, la incidencia que ejercen los medios de comunicación en las personas etc., han despertado una mayor sensibilidad por el tratamiento de valores relacionados con estos elementos.

Actualmente, y tanto la sociedad, en general, como los profesionales de la educación en particular, se muestran especialmente preocupados en que la educación contribuya a la formación integral del alumnado, permitiéndole responder de forma adecuada a estos nuevos retos que se les prestan. Una preocupación especial por la educación en valores muestran las familias, ya que están privadas de su tradicional autoridad ante las nuevas generaciones, se encuentran impotentes para abordar por ellas mismas los procesos de socialización de los hijos e hijas. (Aguaded, 1997, págs. 15,16)



Toda esta pérdida de valores, este descenso en la moral que conduce a muchos abusos, como el consumo de alcohol desde edad temprana, de drogas, el uso de medicamentos cuya venta debe ser restringida, la irresponsabilidad en el reparto de anticonceptivos y preservativos, ha llevado a que nuestra sociedad esté pagando actualmente lo que no debió ocurrir, o que si se da hubiera sido no tan grave como ahora. Por esto vemos gran cantidad de niños y jóvenes que se los ha traído al mundo sin ninguna responsabilidad; y como no han tenido el cuidado que los padres de antaño daban a sus hijos, estos jóvenes forman pandillas, no han recibido un ejemplo formador de vida y crecen hasta con cierto resentimiento que luego se traduce en la delincuencia juvenil y que de no controlárselos a tiempo serán los futuros grandes delincuentes por la falta de valores, porque en su hogar nadie se preocupó por darles una buena formación. Eldiario.ec (2013, pág. 1)

Las informaciones de los medios de comunicación social indican que en el país, se ha generado la crisis familiar con la pérdida de los valores humanos, morales, cívicos y éticos, que cuidaron con esmero los antepasados y dejando un legado que se sustenta en tres pilares fundamentales, respeto y solidaridad para con el prójimo, honradez a toda prueba y el amor a la Patria y a sus instituciones, como sustento de una democracia sólida e incorruptible.

Esta crisis en la que estamos inmersos los ecuatorianos, no se soluciona atacando los efectos, sino que debe buscarse las causas más íntimas que las generan, y entre ellas están: El ingreso per-cápita, el índice de analfabetos, la supresión en todos los niveles de educación de las asignaturas de moral y cívica, el costo de la canasta familiar que se eleva desproporcionadamente, la riqueza que está en pocas manos, siendo notable el contraste entre pobres y ricos. Ante este panorama, es obligación del Estado, actuar con urgencia, fomentando los valores humanos, éticos y morales, inculcar en cada ecuatoriano el respeto a la dignidad de las personas que incluye una serie de atributos, morales, psicológicos, materiales y espirituales. El Mercurio (2015, pág. 1)

Para cambiar esta situación, hay que anteponer el principio de igualdad, que implica un tratamiento similar a todos, sin discriminación como lo establece la actual Constitución.

Los valores se construyen desde el hogar, los padres tienen la responsabilidad de fomentar en sus hijos buenas experiencias que los ayuden a ser personas de bien, responsables y confiables, mientras los centros educativos deben afianzar la práctica de valores dentro de su formación académica.

Frente a esta realidad, hace pocos días el país sufrió un escándalo por falsificación de firmas. Actitudes como la de los políticos en mención que avergüenzan al Estado Ecuatoriano y afectan principalmente al ciudadano por ser víctima del fraude, pero de manera general constituyen un atentado a la democracia.

¿Cómo es posible que en nuestro país los líderes políticos, que deben ser ejemplo de cambio, compren bases de datos para conseguir el apoyo ineludible en sus listas? Este escándalo es sólo una muestra de cómo se ha ido deteriorando la práctica de valores en los ecuatorianos. Es importante que los centros educativos retomen el estudio de la ética, moral, urbanidad y civismo, para convertirnos en personas consientes que practiquemos los valores nobles del ser humano. Figueroa, L. (2012, pág. 1)

### **C) Introducción de los valores en el hombre**

#### **El valor del cuerpo en la formación humana**

La unión del alma y el cuerpo supone para el hombre una tensión que le invita a buscar el dominio corporal a través de las potencias anímicas, de modo que el cuerpo se convierta en el fiel instrumento para conseguir los bienes espirituales. Esto supone a veces restringir aquellas actividades corporales que obstaculizan la vida del espíritu, y en otras ocasiones servirse de él para la realización de todo lo que facilita el ejercicio de las virtudes.

La higiene no solo está relacionada con las exigencias que supone el cuidado de la salud, sino también con la natural y habitual correspondencia que hay entre la apariencia externa de la persona y su situación interior.

Sobre la valoración que debe darse al deporte, puede afirmarse que ordinariamente constituye un medio muy eficaz para derivar energías que podrían desembocar mal. El deporte es una manifestación vital cuyas principales características son el esfuerzo, el riesgo, la superación personal, la competencia, la convivencia y el trato con otros.

El hombre es persona. Sabemos que el hombre está sujeto a determinadas necesidades materiales que tiene que satisfacer para mantenerse en la existencia. Para hacerlo, sin embargo, no se mueve únicamente por la fuerza natural de los instintos, sino que se ve exigido también por un deber, una obligación. Profundización así en la reflexión sobre el hombre, ya que al afirmar que tiene deberes para los seres libres. La libertad, que capacita al hombre para obrar por deber y no solamente por instinto, es también lo que hace persona y lo eleva por encima de los animales. Monroy, A., (2001, págs. 11-21)

Valorar nuestro cuerpo es sin duda proporcionarle bienestar y cuidado, el hombre siempre trata de verse bien ante los demás a través del ejercicio que es una manera sana y natural.

### **Tipos de valores**

- Valores de lo agradable y desagradable
- Valores vitales
- Valores espirituales
- Valores de conocimiento puro de la verdad
- Valores religiosos
- Valores instrumentales relacionados con los modos de conducta (valores morales)
- Valores terminales o referidos a estados deseables de existencia (paz, libertad, felicidad, bien común) **López, R., (2011, págs. 5,6)**

### **D) La crisis de valores en nuestro país.**

La sociedad ecuatoriana es un singular prisma de ideologías, costumbres, creencias y comportamientos; nuestra pluriculturalidad es, indudablemente, un mosaico de perfiles étnicos extraordinariamente diversos.

Es importante destacar varias escenas del pasado para comprender mejor el proceso evolutivo del carácter del hombre y la mujer ecuatoriana; es necesario escribir acerca de lo mítico-religioso, las conquistas, las derrotas, las diferencias sociales, el ímpetu libertario y artístico y la vida del hombre común de épocas pasadas. Los valores, buenas costumbres y comportamiento se degradan progresivamente en una sociedad en la que la familia ya no es el pilar fundamental y el relativismo moral,

así como ocurría en Quito del siglo XVIII debido a una influencia francesa agobiante, se repite con una perspectiva desastrosa. (Romero, 2003)

El elemento mítico-religioso constituye un factor importante para llegar a comprender el ambiguo universo interior del ecuatoriano. Las primitivas expresiones rituales de los nativos de esta tierra, dan a entender una inquietud religiosa interesante; se puede evidenciar temor y respeto hacia lo desconocido: la tierra, el sol, la luna y varios fenómenos naturales. Ayala, E. (1996, pág. 36)

Con la naturaleza transparente y sensitiva del ser originario de este país; aparece la primera gran contradicción en su primario espíritu bondadoso; es un antecedente clave para el posterior conflicto interior. En el futuro permanecerán sus manifestaciones idolátricas pero con la variante de una religión distorsionada, basada en el miedo, la culpa, la carga y el tremendo compromiso económico que la Iglesia Católica aplicaba a sus siervos; en todo caso, las futuras expresiones religiosas se acoplan a un sincretismo local que los curas conquistadores toleran sin mayor enfado. Ayala, E. (1996, pág. 36)

Desde que se estableció nuestro sentido de ecuatorianidad, según muchos historiadores, desde los triunfos bélicos de Atahualpa, se cultivó en la sui géneris conducta de los ecuatorianos una imprecisa y original naturaleza entre las conquistas y las derrotas, destacan la obediencia y profundo respeto a los padres, así como guardar la fidelidad y amor entre esposos. Ayala, E. (1996, pág. 36)

La vida del hombre ecuatoriano común del pasado giraba alrededor de tres elementos: la familia, el barrio y la iglesia. Las mujeres comienzan ya a participar de la vida pública. Hace un siglo, tal como hoy, las actividades comenzaban muy temprano, salvo que en ese entonces, el asistir a misa diariamente era costumbre generalizada. Al hablar de higiene y sanidad, según comentarios de autores extranjeros y nacionales, se desprende que hace cien años el asunto era deplorable. Ayala, E. (1996, pág. 36)

Hoy por hoy, la higiene y la salud es una necesidad más que un lujo; sin embargo, al menos en el pasado no se veía basura arrojada en las calles; hoy, pese a los avances de la modernidad, se observan desperdicios en las avenidas, perros sin dueño por cientos y, verdaderamente, parece que seguimos luchando por alcanzar, de una vez por todas, una óptima salubridad. Ayala, E. (1996, pág. 36)

Se menciona las escenas del pasado como los hechos bélicos sucedidos desde la época de los aborígenes, la colonia, la invasión española, en esta época la actividades eran distintas esta giraban alrededor de la familia, el barrio y la iglesia, se manejaban valores como la costumbre generalizada, como la de levantarse temprano o asistir a misa lo cual hoy en día estas y otras costumbres van en decadencia.

## **E) Educación valores e identidad**

Educación significa socializar, es decir, transformar al educando en un ser social, en parte constitutiva de una comunidad humana particular, paso imprescindible y único modo posible para hacerlo representante y partícipe del género humano. Por esa razón, la educación constituye el mecanismo fundamental para la conformación de una identidad propia, proceso que conduce no sólo al auto reconocimiento del individuo como personalidad única e irrepetible, sino también al sentimiento de pertenencia a grupos humanos que van desde los más particulares hasta los más universales, desde la familia; pasando por otras identidades como la de generación o unidad, comunidades hasta llegar al género humano.

Educación en valores, se señala que la educación en nuestros países por una parte, debía convertirse realmente en universal y estar al alcance de todos y, por otra, formar una ciudadanía más competitiva. La educación no puede formar universalmente para competir porque para que unos ganen otros tienen que perder, por lo que la eficacia universal de la educación quedaría siendo de antemano irrealizable. Educación para formar hombres competitivos exige no una educación universal, sino elitista. Fabelo, José (2004, págs. 243-251)

La educación es parte de nuestros derechos, es así que todos los seres humanos pasamos por distintas etapas de aprendizaje, siempre socializamos en la calle, en el trabajo, en un centro comercial, lo cual es el reflejo de una identidad propia de cada ser humano, la personalidad es diferente de cada persona unos quizás sean más o menos respetuosos que otros, en sí los valores que hemos ido cultivando en nuestra existencia, educación en valores es una frase que todos deberíamos poner en práctica, para así tener niños, jóvenes y adultos con principios morales y éticos.

## **D. La Adolescencia crisis de madurez caracterizada por el nacimiento de la interioridad**

### **El hombre es un ser de frontera**

Un ser de carne, pero también de espíritu; íntimo y a la vez social; deseoso tanto de dar como recibir; empujado a vivir de grandes ideales, y al mismo tiempo atado a la realidad de la vida. Es un ser, por esto mismo, difícil de comprender. Esta dificultad se agudiza si, además, concentramos nuestra atención en un periodo de su vida: la adolescencia.

### **Desarrollo somático**

- Para poder comprender en toda su profundidad el nacimiento del yo, de la interioridad, es necesario considerar previamente las características fisiológicas de la edad puberal. Si he afirmado que el hombre es una unidad compuesta de cuerpo y alma, se comprende lo ligado que se encuentra la vida orgánica del individuo y sus diversas manifestaciones anímicas.
- El desarrollo somático del adolescente abarca diversos aspectos: crecimiento en altura y peso; crecimiento del esqueleto; crecimiento en las proporciones corporales; crecimiento de los sistemas circulatorio, respiratorio, digestivo y nervioso; desarrollo glandular.
- Todo esto como es propio en los jóvenes provocan una atención hacia el propio cuerpo.

### **Desarrollo psíquico**

- Este descubrimiento del yo personal, lejos de ser alegre y jubiloso, es más bien desconcertante para los jóvenes. Descubrir de golpe, por medio de experiencias y pensamientos, que son un verdadero sujeto, poseedor de una naturaleza propia, con conciencia de sí mismo y capacidad para afrontar la realidad, con dominio de sus actos, no deja de ser una constatación que preocupa. Por esto tratarán de ser personas y vivir como personas, y serán sumamente sensibles para todo aquello que les parece lo impide u obstaculiza.

### **Conocimiento de la riqueza interior**

- El joven descubre no solo que es algo, sino que es el alguien; comprende que en sí mismo es poseedor de un valor, de una riqueza, que le exige ir saliendo del mundo seguro y protegido de la infancia para adentrarse en la inseguridad exterior de su propia libertad, buscando su personal

realización. En su interior se agita un mundo hasta entonces insospechado y, además, tiene la capacidad de adentrarse en él, de explotar su conciencia y volverse sobre su propio pensamiento.

- La propia interioridad se convierte en el centro de sus preocupaciones, en el objeto de sus reflexiones, y la visión que tiene del mundo no es sino una proyección del yo sobre los seres y las cosas.

### **Espíritu de independencia**

- La más clara manifestación del conocimiento de la propia riqueza es el deseo de independencia que conduce a la adolescente a la separación de quien hasta ese momento ha ejercido un cierto dominio sobre él. Al tomar conciencia del propio valor, no solo quiere ser autónomo en el ámbito que hasta entonces lo ha protegido y limitado, sino que piensa que, en cierta manera, su madurez depende de su despegue de la familia; que está llamado a ser un núcleo alrededor del cual florezcan nuevas comunidades. Esta es una fase absolutamente normal en el desarrollo de los jóvenes. Monroy, A. (2001, págs. 27-44)

El ser humano por su naturaleza es complejo de entender, empujado a vivir grandes ideales pero a la vez difícil de comprender más aún en su etapa de adolescencia cuando empieza la maduración y los jóvenes empiezan a ver los cambios físicos y psicológicos que se presentan en sus diferentes etapas, en donde descubrirán su yo interior, con capacidad para afrontar la realidad, para pensar diferente, estar listo para ser dependiente, buscando su personal realización quien hasta ese momento ha tomado un cierto dominio sobre él, con ganas de descubrir nuevas experiencias que le ofrece la vida.

## **E. Actitud Pedagógica: Disposición que permite ganar al educador la confianza de los adolescentes.**

La relación entre el profesor y el alumno no se establece sobre la base de simpatía mutua, afinidad de caracteres o de intereses comunes. Más bien, se funda en una cierta imposición, están ahí sin consulta o consentimiento previos, lo cual genera sobre todo en los comienzos de cada periodo lectivo expectativas mutuas que se confirman o no con arreglo al desempeño del profesor y del alumno como tales.

Es una relación bipolar de ida y vuelta que se establece entre personas de diferente edad y grado de madurez. A la intensidad, variedad e irracionalidad de las reacciones, de los comportamientos, de las actitudes y de las motivaciones de los alumnos, el profesor debe responder con paciencia, ecuanimidad, prudencia y exigencia en su actuar, en sus juicios y en las manifestaciones de su carácter.

La relación de docencia es una relación interpersonal pero no amical. Primero, porque la relación amistosa se establece entre dos personas en su concreta individualidad, es decir, conociéndose mutuamente. Segundo, esa relación estrictamente personal consiste en un mutuo querer y procurar, cada uno, los fines personales e individuales del otro. Cámere, E. (2009, pág. 1)

Un profesor siempre debe brindar la confianza a sus alumnos esto les ayudará a desarrollar su aprendizaje, motivarles a alcanzar el éxito y ser cada día mejores en todo lo que hagan, la relación entre el profesor y el alumno debe centrarse en el mutuo respeto para que el ambiente sea acogedor y no se den malos entendidos como suele suceder en algunos casos en donde el alumno puede llegar a faltar el respeto a su profesor.

### **Padres de familia: Verdaderos maestros**

La labor educativo de los padres comienza desde antes de concebir al hijo. Un año antes por lo menos. Y deben ser maestros las 24 horas del día. Durante el embarazo deben educar dando toda la seguridad posible para un nacimiento feliz. Hay ejercicios físicos y mentales para estimular al nacimiento. Y música clásica que estimula la inteligencia y la paz interior.

Desde el momento mismo del nacimiento los padres deben ocuparse de la ilustración y formación de su hijo. Deben velar por su desarrollo físico, mental, espiritual, afectivo y social. El mejor método es el del ejemplo. Si un hijo come mal es porque sus padres comen mal. No hay la menor duda. Los jardines, la



tecnología deben ser tan solo apoyos para los padres, pero en ningún caso, sustitución de éstos. La labor debe ser conjunta. Méndez, C. (2014, pág. 1)

La educación es un proceso muy largo que comienza siendo impartida por la familia y luego la escuela y se necesita de ambas partes para conseguir un pleno desarrollo educativo y personal del niño.

Por ello la escuela debe aceptar la importancia de la participación y la colaboración de los padres en la educación de los niños y la necesidad de una relación cordial entre docente y padres para que los profesores puedan realizar su función de manera efectiva y completa. Domínguez, S. (2010, pág. 1)

El hogar es la primera escuela, es partir de su nacimiento en donde todos los padres deben empezar a educar con conciencia y con amor ya que ellos desde pequeños asimilan todo lo que pasa en su entorno, velar por su bienestar físico, mental, espiritual, afectivo y social. Un padre debe ser ejemplo para dar a sus hijos enseñanzas que le ayudarán a sobre valorar en un futuro el esfuerzo que hacen los padres para sacarlos adelante, y siempre demuestren ante todo los valores humanos que sus padres los inculcaron.

#### **E) Centro escolar como elemento formativo**

La formación es el proceso mediante el cual una persona o grupo de personas configuran una perspectiva diferente de los contenidos, procedimiento y actitudes que ya conocían o habían adquirido previamente. Estas perspectivas les permiten tomar decisiones fundamentadas en todo aquello que conocen o han podido elaborar. Decimos, entonces, que estas personas han llevado a cabo un proceso de aprendizaje.

El verdadero proceso de formación es el que conduce al sujeto de la formación a una transformación de los enfoques que había adquirido con anterioridad. Entendemos el aprendizaje como un proceso de construcción. Cualquier persona aporta un bagaje formativo previo que sirve de base a los nuevos aprendizajes, los filtra y los reestructura. Moreno, P. (2002, pág. 7)

La dimensión del saber se centra en la adquisición y dominio de determinados conocimientos, por lo cual se utilizarán una serie de metodologías fundamentalmente

de carácter memorístico o de conocimiento informativo, así como una determinada tipología de estrategias como por ejemplo explicaciones, lecturas o charlas.

La dimensión del saber hacer pretende que la persona desarrolle aquellas habilidades que le permitan la realización de ciertas acciones o tareas, teniendo en cuenta la capacidad de modificación y transferencia posterior a diferentes contextos. Hay que dejar claro que no busca eliminar la memorización sino que prioriza el desarrollo de estrategias cognitivas superiores.

La dimensión del ser profundiza en la faceta afectiva de la persona, en la que juegan un papel prioritario la modificación y consolidación de intereses, actitudes y valores. La tarea de aprender a percibir, reaccionar y cooperar de manera positiva ante una situación o un objeto, acoge una complejidad superior que la simple retención de conocimientos. Rajadell, N. (2001, pág. 8)

Los padres de familia no siempre esperan que el centro escolar resuelva los problemas de sus hijos, para adquirir conocimientos de aprendizaje durante la etapa como estudiantes, sino que ellos aportan a la formación del estudiante para que cuando culminen los estudios demuestren todas las aptitudes, destrezas y habilidades que desarrollamos durante nuestra formación como estudiantes. El centro escolar debe ser un lugar adecuado y apropiado para que todos aquellos que se despliegan su actividad diaria sea acogedora.

### **Hipótesis**

La difusión de un plan de comunicación institucional ayudará en el fortalecimiento de valores en los estudiantes de la Unidad Educativa Mayor Ambato.

### **Señalamiento de variables**

**Variable independiente:** Plan de Comunicación Institucional

**Variable dependiente:** Rescate de Valores

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **Modalidad Básica de Investigación**

Las técnicas utilizadas en la presente investigación serán de tipo cualitativo porque se tomará en cuenta las opiniones de los involucrados, acerca de la comunicación institucional interna y se aplicará la técnica de la observación como también la investigación de campo, para interpretar los procesos de comunicación a nivel interno y externo de la Unidad Educativa Mayor Ambato.

La presente investigación se orientó a acercarse al perfil de comunicación de los involucrados que pertenece a la institución.

#### **Enfoque**

La investigación comunicacional es la que está orientada a la descripción de la lengua, para fines comunicativos, el análisis de esta investigación es la combinación y conexión de expresiones para exteriorizar datos comunicativos, está integrada por técnicas o procedimientos de cohesión. **(García J, 1992, pág. 145)**

El enfoque funcionalista toma como referente teórico los postulados de la escuela funcionalista de sociología, y tiene sus orígenes en los esfuerzos de la Administración británica por adaptar los sistemas de formación y capacitación profesional a las necesidades del mercado laboral. Desde este enfoque las empresas son entendidas como sistema sociales abiertos en constante interacción con el mercado, la tecnología, las relaciones institucionales y los fenómenos socioculturales, al mismo tiempo que la empresa como sistema integra diferentes subsistemas interrelacionados funcionalmente. **Blanco A., (2007, págs. 37,38)**

Se basó en la investigación comunicacional y funcionalista, ya que pretende evaluar la interrelación entre la institución y los estudiantes, además se analizarán factores externos como la información, para posteriormente procesarlos, transmitirlos, en todas las áreas involucradas en el problema de estudio.

## **Nivel o tipo de investigación**

### **Investigación de campo**

“La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables alguna.”

**Arias, F.(2012, pág. 94)**

La investigación de campo se utilizó para recopilar la información del lugar de donde ocurrieron los hechos.

### **Investigación descriptiva**

“La investigación descriptiva tiene como objetivo primordial la descripción de la realidad, siendo sus principales métodos de recogida de información la encuesta incluso la observación.” **Mas Ruiz, F. (210, pág. 191)**

La investigación descriptiva sirvió para describir los datos que van a tener un impacto en las vidas de los estudiantes, docentes y administrativo de la Unidad Educativa Mayor Ambato, con el fin de mejorar la comunicación interna y rescatar los valores, su objetivo es llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes dentro de la institución, a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas en lo referente a la variable dependiente.

Investigación bibliográfica.

Se puede entender como una introducción a cualquier de las otras áreas de las investigaciones, constituye una de las primeras etapas de todas ellas, entrega información a las ya existentes como las teorías, resultados, instrumentos y técnicas usadas. Se puede entender como la búsqueda de información en documentos para determinar cuál es el conocimiento existente en un área particular, un factor importante en este tipo de investigación es la utilización de la biblioteca y realizar pesquisas bibliográficas. Salazar, H. (2009, pág. 2)

Mediante esta investigación se utilizará bibliografía que recaba conocimientos, teorías, experimentos, resultados, instrumentos y técnicas usadas, acerca del tema como es la carencia de comunicación y la solución a este como es mediante la recolección de información para desarrollar un plan de comunicación institucional.

## Población y muestra

### Población

“La población es el conjunto de individuos de la misma clase limitada por el estudio, La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.” **Tamayo, T., (1997, pág. 114)**

La población con la que se contó en la presente investigación son los estudiantes, maestros y administrativos de la Unidad Educativa Mayor Ambato.

Composición	Población	Porcentaje
Docentes	163	4,03%
Estudiantes	3868	95,58%
Administrativos	16	0,40%
Total	4047	100%

Tabla N° 5 Población  
Fuente: Unidad educativa Mayor Ambato  
Elaborado por: León D, Darío (2015)

### Muestra

“La muestra es la que puede determinar la problemática ya que le es capaz de generar los datos con los cuales se identifica las fallas dentro del proceso, es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico.”

**Tamayo, T. (1997, pág. 38)**

La muestra a estudiar con un criterio formado son los docentes y alumnos de decimo, primero, segundo y tercer año de bachillerato de la Unidad Educativa Ambato.

### Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{(N - 1)E^2 + Z^2 PQ}$$

**Dónde:**

**n**= Tamaño de la muestra.

**N**=Tamaño de la población.

**P**= Probabilidad de ocurrencia.

**Q**= Probabilidad de no ocurrencia.

**Z**= Nivel de Confianza.

**Cálculo de la muestra**

**Desarrollo:**

**n**= ?

**N**= 4047

**P**= 5% = 0,05

**Q**= (1-p)

**Z**= 95% = 1,96

**E**= 5% = 0,05

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{(N - 1)E^2 + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(4047)(0,05)(0,05)}{(4047 - 1)0,05^2 + (1,96)^2(0,05)(0,05)}$$

$$n = \frac{(3,8416) (4047)(0,05)(0,05)}{(4046)(0,0025) + (3,8416)(0,05)(0,05)}$$

$$n = \frac{3886,7388}{11,0754}$$

$$n = 350,9343951$$

$$n = 351$$

**Conclusión:** Se procedió a encuestar a 351 personas entre docentes, alumnos, directivos y administrativos de la Unidad Educativa Mayor Ambato, sin embargo y debido a la extensa población de alumnos se estratifico, para conocer el número exacto de cada uno de los actores de la presente investigación.

### **Estratificación por conglomerado de la muestra**

#### **Fórmula:**

Coeficiente  $N/n$ .

$N$ = Población.

$n$ = Muestra.

#### **Desarrollo:**

$$n=351$$

$$N=4047 = \text{Coeficiente} = 0,086730911$$

Detalle población	Población	Coeficiente	Muestra
Docentes	163	0,086730911	14
Estudiantes	3868	0,086730911	335
Administrativos	16	0,086730911	2
<b>TOTAL</b>			<b>351</b>

Tabla N° 6 Estratificación por conglomerado de la muestra

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: León D, Darío (2016)

**Conclusión:** Se concluyó que de la muestra que es aproximadamente 351 personas, se tomará a 14 de los docentes, 335 de los estudiantes y a 2 administrativos según la aplicación de la técnica estratificación por conglomerado de la muestra.

## Operacionalización de variables

### Operacionalización de la variable independiente: Plan de comunicación institucional

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
<p><b>Un plan de comunicación es una descripción de la situación actual de la institución en donde se debe obtener información de los distintos canales de comunicación tanto externos como internos, previamente un análisis FODA de la institución, para posteriormente seleccionar las estrategias y planes de acción a efectuar con el público de estudio, y finalizar con una evaluación periódica de</b></p>	Análisis y diagnóstico de la situación	Análisis de los recursos de comunicación. Herramienta de diagnóstico FODA.	<p>¿Se ha identificado problemas en los actuales planes de comunicación de la institución?</p> <p>¿Se ha aplicado análisis FODA en la institución?</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta <b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>
	Medios	<p><b>Herramientas de Comunicación:</b></p> <p><b>Externas:</b> prensa, radio, internet, <b>Internas:</b> Boletines, videoconferencias, hojas informativas, evaluaciones de desempeño.</p>	<p>¿Se ha utilizado medios de comunicación externos en la institución?</p> <p>¿Qué tipos de medios se utilizan para comunicarse dentro de la institución?</p>	
	Objetivos	<p><b>Estratégicos De comunicación:</b></p> <p>Análisis y diagnóstico interno Necesidades del público objetivo</p>	<p>¿Se ha determinado las necesidades y expectativas del público objetivo?</p> <p>¿Se han establecido prioridades basadas en el análisis y diagnóstico de la situación actual de comunicación en la institución?</p>	
	Elección de	<b>Corporativas</b>	¿Se ha definido correctamente la visión	



<b>las acciones y estrategias aplicadas.</b>	estrategias	<b>De Segmentación y posicionamiento</b>	y misión de la institución?
		Funcionales	¿Se ha efectuado el tipo de usuarios de la institución, en cuanto a género y edad?
		Género	
		Edad	¿Se han establecido estrategias de comunicación en la institución?
	Misión		
	Visión		
Definición de planes de acción	Recursos humanos Recursos materiales Recursos financieros	Planes de acción Recursos materiales y financieros	¿En el actual plan de comunicación se ha incurrido en costos? ¿Se ha jerarquizado los planes de acción para solucionar los problemas de comunicación? ¿Se han establecido qué tipo de recursos materiales y financieros se han aplicado en la institución?
Público	Interno Externo Público en general		¿Indique que tipo de público son: los alumnos, padres de familia, ciudadanía en general?
Evaluación	Evaluación periódica de acciones y estrategias Estrategias de mejora		¿Se ha analizado las estrategias y acciones actuales con el fin de corregirlas y mejorarlas en el futuro?

Tabla N° 7 Operacionalización de la variable Independiente: Plan de Comunicación Institucional

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Operacionalización de la variable dependiente: Valores

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
<b>Los valores definen a una persona de otras, pues es el referente de su buen comportamiento o conducta y puntos éticos, surge desde el hogar por medio de los padres de familia, los maestros con su pedagogía, el centro escolar como formador de los nuevos ciudadanos.</b>	Educación valores e identidad.	Educación universal	¿En la institución se implanta una educación de formación universal o elitista?	<b>Técnica:</b> Encuesta  <b>Instrumento:</b> Cuestionario
	Actitud pedagógica.	Forma pedagógica	¿Los profesores tienen formación en valores?	
	Padres de familia: Verdaderos maestros.	Desarrollo físico, mental, espiritual, afectivo social	¿Se ha efectuado escuelas para padres en la institución sobre formación en valores?	
	Centro escolar como elemento formativo.	Mediante explicaciones, lecturas y charlas	¿Se han establecido charlas sobre formación de valores?	

Tabla N° 8 Operacionalización de la variable Dependiente: Valores

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

## **Plan de recolección de información**

El proceso de recolección de la información tendrá como base dos estrategias de investigación para la aplicación de técnicas e instrumentos de recolección de información, tales como:

- **La observación directa:** Se la efectuó mediante visitas a la institución, con el fin de obtener un diagnóstico general del clima organizacional de los colaboradores, docentes y estudiantes, tomando en consideración el diseño de un plan de comunicación institucional.
- **Entrevista cualitativa:** Se procedió a efectuar entrevistas a varios funcionarios que manejan los procesos de sociabilización, además a los responsables de las distintas áreas de gobernanza que componen la institución con el propósito de conocer la percepción de los mismos referente al tema de estudio.
- **Encuesta estructurada:** Se utilizó herramientas cuantitativas, con el objetivo de descubrir las opciones y conocimientos de la historia y objetivos de la institución, para la posterior elaboración del instrumento de investigación como es el cuestionario, el mismo que constará con un cuestionario de preguntas cerradas de opción múltiple.

## **Plan de procesamiento de la información**

“Se describirá el método de recolección de datos y tipo de instrumento que se utilizará, tomando en cuenta las fases anteriores, entrevista, encuesta, evaluación, etc.” (Slideshare, 2012, pág. 1)

En la presente investigación se contó con la ayuda de métodos estadísticos, que sirven para realizar un análisis más profundo sobre el tema que se está investigando, de esta manera que identifique la realidad de las variables en estudio, por lo que se efectúa un análisis cualitativo para así poder comprobar la hipótesis y finalmente determinar las conclusiones y recomendaciones. La investigación se basó en el análisis de las encuestas realizadas a los estudiantes de décimo, primero, segundo y

tercer año de bachillerato de la Unidad Educativa Mayor Ambato para determinar el plan de comunicación y el rescate de valores.

Nº	PREGUNTAS FRECUENTES	EXPLICACIÓN
1	¿Para Qué?	Para evidenciar el problema como es el plan de comunicación.
2	¿De qué personas u objeto?	Estudiantes, docentes, administrativos.
3	¿Sobre qué aspectos?	Plan de comunicación. Valores.
4	¿Quién Investiga?	Investigador: Darío León.
5	¿Cuándo?	Año 2016.
6	¿Dónde?	Unidad Educativa Mayor Ambato.
7	¿Cuántas veces?	Las que sean necesarias.
8	¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta.
9	¿Con qué?	Cuestionarios y entrevistas.
10	¿En qué situación?	Dentro de las instalaciones de la institución.

Tabla Nº 9 Preguntas Frecuentes  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

### **Plan de análisis e interpretación de resultados**

- Analizar los resultados obtenidos y verificar si se relaciona con la hipótesis planteada así como también con los objetivos de la investigación.
- Interpretar los resultados con el apoyo del marco teórico para conocer la realidad del problema en estudio.
- Realizar la correlación entre las variables en base a los resultados obtenidos.
- Comprobar la hipótesis.
- Establecer recomendaciones y conclusiones finales.

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS DE RESULTADOS

#### Análisis de los resultados

Dentro del análisis y resultados se procederá a aplicar instrumentos de investigación tales como: encuesta y entrevista, dirigidas a los estudiantes, docentes, y administrativos de la Unidad Educativa Mayor Ambato, que a continuación se detalla:

#### Cuestionario de encuesta

##### 1. Edad

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
13-16	74			74
17-20	260			260
21-24	1			1
32-37		6		6
38-43		6	1	7
44-49		2	1	3
<b>Total</b>	<b>335</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>351</b>

Tabla N° 10 Edad

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

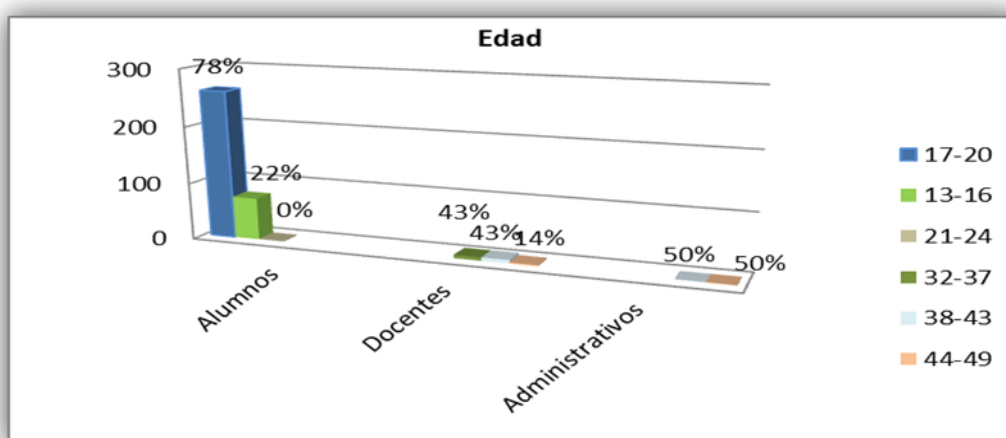


Gráfico N° 14 Edad

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.

Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Análisis:

En base a los resultados obtenidos, la población estudiantil de la institución que está entre 17 y 20 años es el 78%, de 13 a 16 años el 22%; la edad de los docentes comprende de 32 a 37 años el 43%, de 38 a 43 años el 43%, de 44 a 49 el 14% y del personal administrativo comprende de 38 a 43 el 50% y de 44 a 49 el 50%.

### Interpretación:

La edad promedio de los estudiantes encuestados de la institución está en el rango entre 17 y 20 años, la edad de los docentes y el personal administrativo oscila en su mayoría entre 32 y 37 años, por lo tanto estudiantes docente y personal administrativo aportan un criterio sólido de los distintos aspectos que se desea conocer sobre la institución.

## 2. Género

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
Masculino	38	11	1	50
Femenino	297	3	1	301
Total	335	14	2	351

Tabla N° 11 Género

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

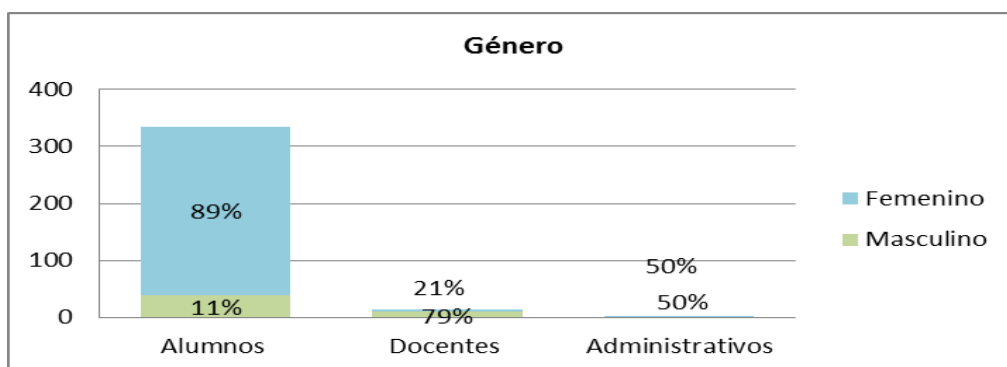


Gráfico N° 15 Género

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.

Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Análisis:

En base a los resultados obtenidos se observó que el 89% de los alumnos encuestados es de género femenino y el 11% masculino; de los docentes encuestados el 79% es masculino y el 21% es femenino; del personal administrativo el 50% es femenino y el 50% es masculino.

### Interpretación:

Los resultados evidentemente muestran una mayoría de alumnos de género femenino con un menor porcentaje de estudiantes de género masculino.

### 3. Tiempo de vinculación con la institución (docentes)

	Docentes	Administrativos	Total
<b>Menos de un año</b>	1	1	<b>2</b>
<b>Entre uno y dos años</b>	13	0	<b>13</b>
<b>Más de tres años</b>	2	1	<b>3</b>
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>18</b>

Tabla N° 12 Tiempo de vinculación con la institución (docentes)

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

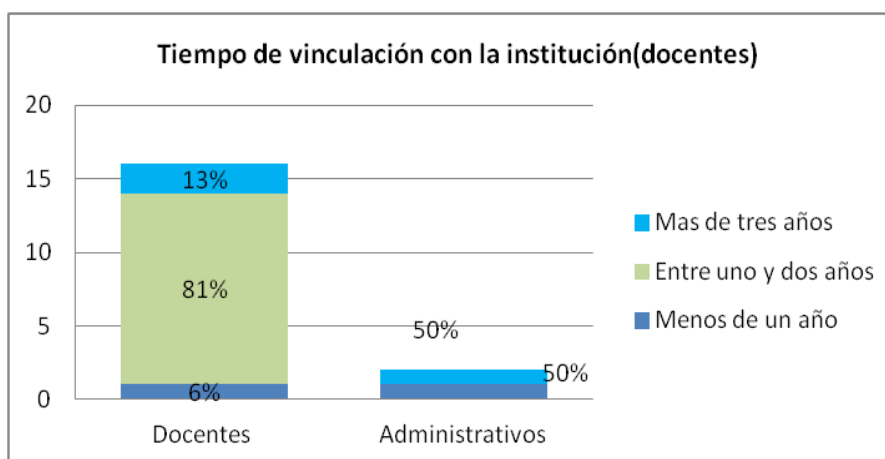


Gráfico N° 16 Tiempo de vinculación con la institución (docentes)

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.

Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Análisis:

Según la encuesta realizada sobre el tiempo de vinculación con la institución referente a los docentes el 81% indican que están entre 1 y 2 años, el 13% está más de 3 años y el 6% menos de un año, por otro lado el 50% del personal administrativo esta menos de un año y el otro 50% está más de tres años.

### Interpretación:

El tiempo de vinculación con la institución de los docentes y personal administrativo oscila entre uno y dos años, esto quiere decir que conocen a la institución muy poco y aún no se han insertado en el área comunicacional, más bien se han preocupado por funciones de área.

#### 4. ¿Se ha identificado problemas en los actuales planes de comunicación de la institución?

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
Si	141	1	1	143
No	194	13	1	208
Total	335	14	2	351

Tabla N° 13 ¿Se ha identificado problemas en los actuales planes de comunicación de la institución?  
Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

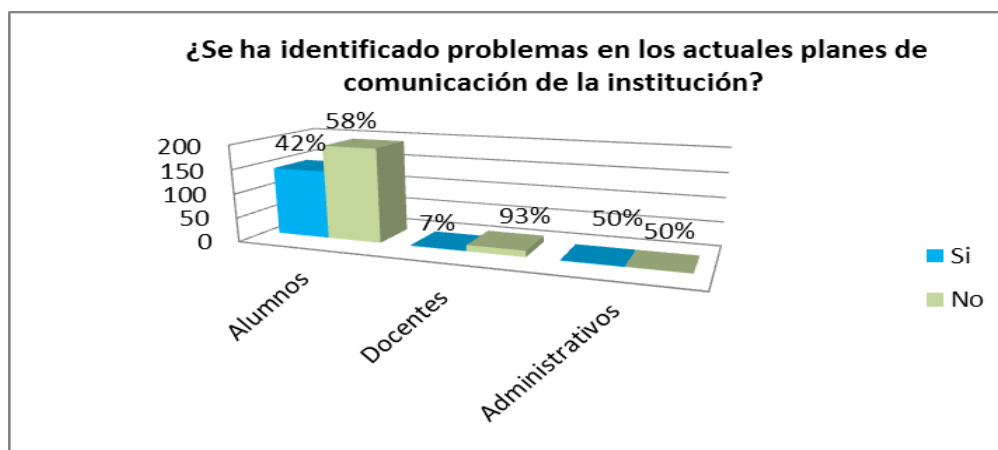


Gráfico N° 17 ¿Se ha identificado problemas en los actuales planes de comunicación de la institución?  
Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.  
Elaborado por: Darío León R. (2016)



### **Análisis:**

De la encuesta efectuada a los alumnos sobre si se ha identificado problemas actuales planes de comunicación de la institución, el 58% menciona que no, mientras que el 42% indicó que sí; los datos obtenidos de la misma pregunta dirigida a los docentes el 93% menciona que no y el 3% indica que si, la encuesta realizada a administrativos, el 50% indicó que no y por igual el 50% dijo que sí.

### **Interpretación:**

Los planes de comunicación que maneja la institución a través de la encuesta aplicada a docentes y administrativos evidencian un porcentaje considerable el obtenido en las encuestas aplicadas a los estudiantes ya que manifiestan que el plan de comunicación del colegio está desactualizado.

### **5. ¿Se ha aplicado el análisis FODA en la institución?**

	<b>Alumnos</b>	<b>Docentes</b>	<b>Administrativos</b>	<b>Total</b>
<b>Si</b>	172	10	1	183
<b>No</b>	163	4	1	168
<b>Total</b>	335	14	2	351

Tabla N° 14 ¿Se ha aplicado el análisis FODA en la institución?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.

Elaborado por: Darío León R. (2016)

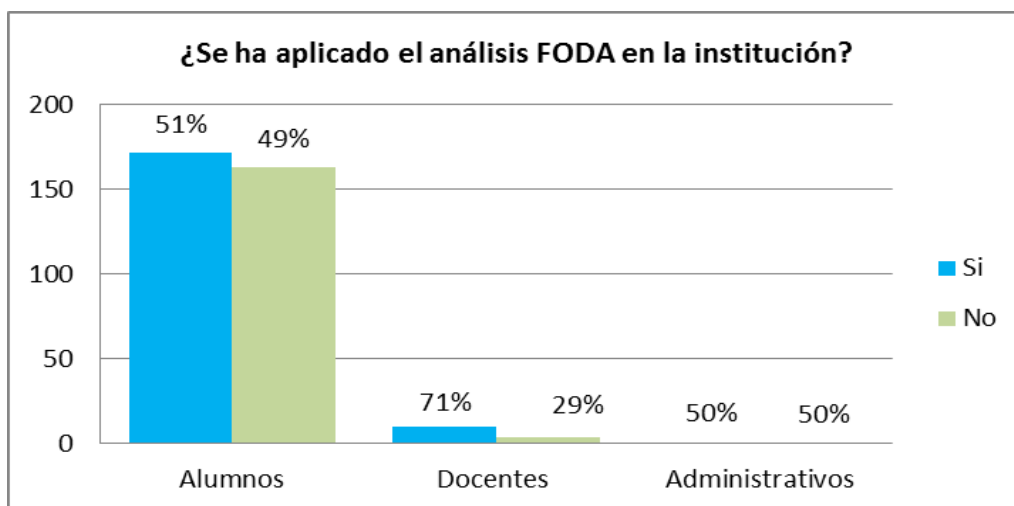


Gráfico N° 18 ¿Se ha aplicado el análisis FODA en la institución?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.

Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Análisis:

De la encuesta aplicada a alumnos, docentes y administrativos sobre si en la institución ha aplicado el análisis FODA, los alumnos mencionaron, el 51% si y el 49% indicó no; los docentes indicaron, el 71% si y el 29% no, mientras que el personal administrativo indicó. El 50% si y el 50% restante dijo que no.

### Interpretación:

El análisis FODA de la institución, casi en un 50% de los encuestados mencionan que no se ha aplicado, mientras que el otro 50% indican que sí, indicando que esto se debe al desconocimiento de la existencia de un análisis FODA realizado por la institución, por lo que se debería incluir en el plan de comunicación.

### 6. ¿Qué medios de comunicación externo ha utilizado dentro de la institución?

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
<b>Revistas</b>	83	2	0	<b>85</b>
<b>Radio</b>	50	1	0	<b>51</b>
<b>Vía pública</b>	39	2	1	<b>42</b>
<b>Televisión</b>	87	5	1	<b>93</b>
<b>Otros</b>	76	4	0	<b>80</b>
<b>Total</b>	<b>335</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>351</b>

Tabla N° 15 ¿Qué medios de comunicación externo ha utilizado dentro de la institución?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

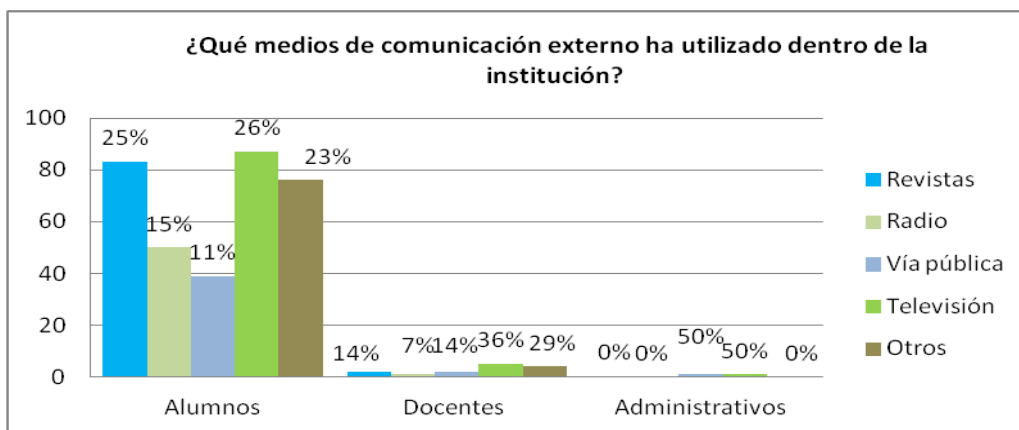


Gráfico N° 19 ¿Qué medios de comunicación externo ha utilizado dentro de la institución?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.

Elaborado por: Darío León R. (2016)

### **Análisis:**

En base a los resultados obtenidos de la encuesta sobre qué medios de comunicación externos ha utilizado dentro de la institución: los alumnos mencionaron, el 26% televisión, el 23% revista, el 25% otro y el 25% vía pública; por otro lado los docentes manifestaron que el 36% utiliza televisión, el 14% vía pública, el 14% revistas y el 7% indicaron otros; finalmente el personal administrativos mencionó por vía pública el 50%, y el 50% restante por televisión.

### **Interpretación:**

Se puede apreciar que los medios de comunicación externos mayormente empleados por los estudiantes son las revistas, la televisión al igual que los docentes y personal administrativo, por lo se podría sugerir la realización de una campaña comunicacional de la institución, mediante una revista digital que muestre datos generales de las actividades que hacen en el colegio, para mejorar la comunicación interna.

### **7. ¿Qué tipos de medios utiliza usted para comunicarse dentro de la institución?**

	<b>Alumnos</b>	<b>Docentes</b>	<b>Administrativos</b>	<b>Total</b>
<b>Carteleras</b>	130	4	1	<b>135</b>
<b>Correos electrónicos</b>	71	3	0	<b>74</b>
<b>Boletines</b>	42	2	1	<b>45</b>
<b>Buzón de sugerencias</b>	10	1	0	<b>11</b>
<b>Videoconferencias</b>	15	1	0	<b>16</b>
<b>Hojas Informativas</b>	47	2	0	<b>49</b>
<b>Evaluaciones de desempeño</b>	20	1	0	<b>21</b>
<b>Total</b>	<b>335</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>351</b>

Tabla N° 16 ¿Qué tipos de medios utiliza usted para comunicarse dentro de la institución?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

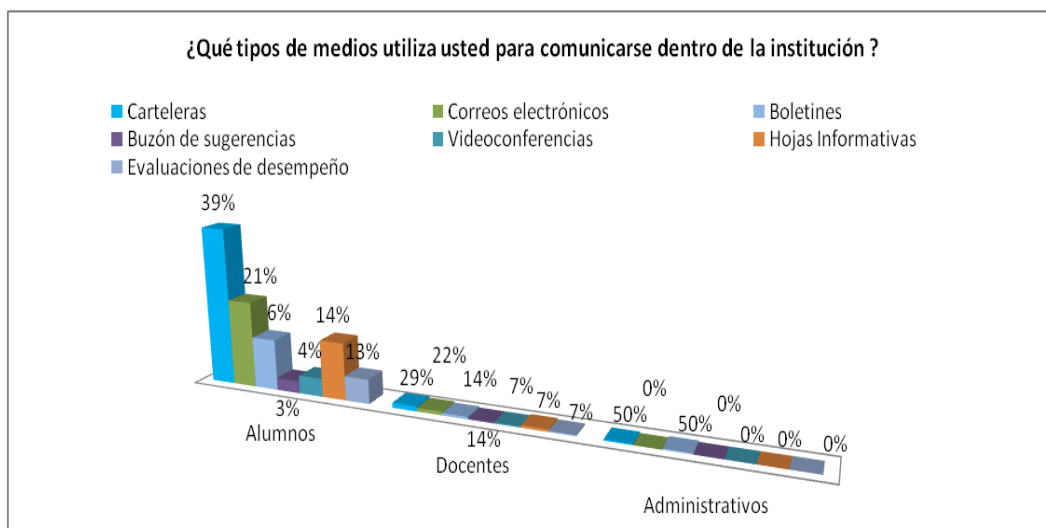


Gráfico N° 20: ¿Qué tipos de medios utiliza usted para comunicarse dentro de la institución?  
 Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.  
 Elaborado por: Darío León R. (2016)

**Análisis:**

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta sobre qué tipos de medios utiliza para comunicarse dentro de la institución, los alumnos manifestaron que mediante carteleras el 39%, 2% correos electrónicos, 14% hojas informativas, 13% boletines, 6% evaluaciones de desempeño, 4% videoconferencias y el 3% buzón de sugerencias; los docentes mencionaron que el 29% mediante correos electrónicos, carteleras el 20%, boletines y hojas informativas 14%, evaluaciones de desempeño 14%, videoconferencia el 7% y el 7% indicó el buzón de sugerencias. El personal administrativo señaló el 50% carteleras, el 50% restante correos electrónicos y boletines, y el 11% indicó buzón de sugerencias, hojas informativas y evaluaciones de desempeño.

**Interpretación:**

Los medios más utilizados para la comunicación dentro de la institución son las carteleras, correo electrónico, boletines, por lo que son medios insuficientes para llegar con información útil a los estudiantes, se debería utilizar blogs, redes sociales, para actualizar el plan actual a uno más moderno.

## 8. ¿Se ha determinado necesidades y expectativas del público objetivo?

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
<b>Si</b>	166	9	1	176
<b>No</b>	169	5	1	175
<b>Total</b>	335	14	2	351

Tabla N° 17 ¿Se ha determinado necesidades y expectativas del público objetivo?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

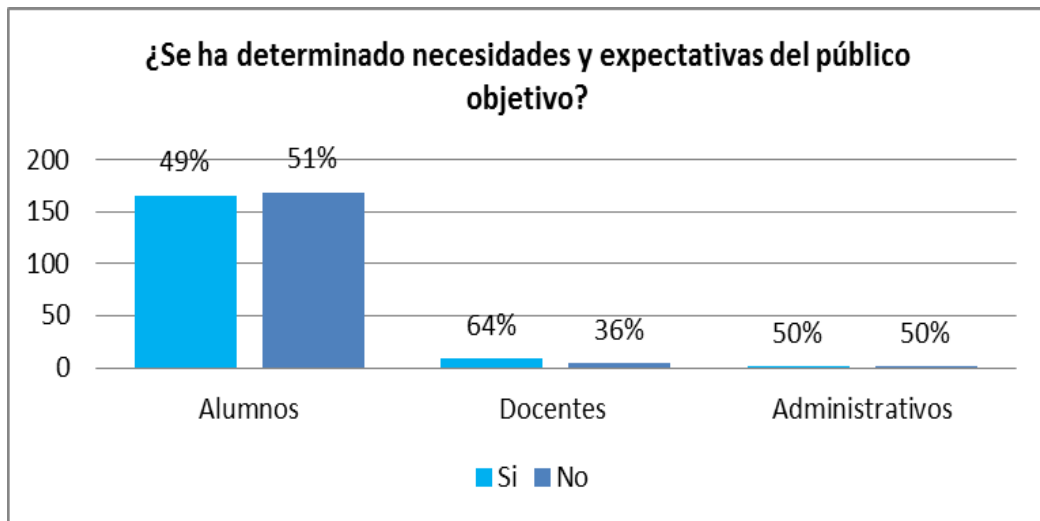


Gráfico N° 21 ¿Se ha determinado necesidades y expectativas del público objetivo?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.

Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 51% de alumnos mencionaron que no se ha determinado necesidades y expectativas del público mientras que el 49% indicó que sí; los docentes el 64% indicaron que sí y el 36% mencionó que no. Finalmente el personal administrativo se representó con el 50% que sí se han determinado necesidades y expectativas mientras que el 50% restante mencionó que no.

### Interpretación:

Los alumnos encuestados indicaron que aún no se han determinado las necesidades y expectativas del público objetivo, sin embargo no es un porcentaje considerable por

lo que se podría deducir que es por falta de tiempo e interés, además los docentes y personal administrativo mencionaron que si se ha determinado necesidades y expectativas, pero de forma verbal.

**9. ¿Se han establecido prioridades basadas en el análisis y diagnóstico de la situación actual de comunicación en la institución?**

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
<b>Siempre</b>	32	4	1	37
<b>En ocasiones</b>	238	8	1	247
<b>Casi Nunca</b>	65	2	0	67
<b>Total</b>	335	14	2	351

Tabla N° 18 ¿Se ha establecido prioridades basadas en el análisis y diagnóstico de la situación actual de comunicación en la institución?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

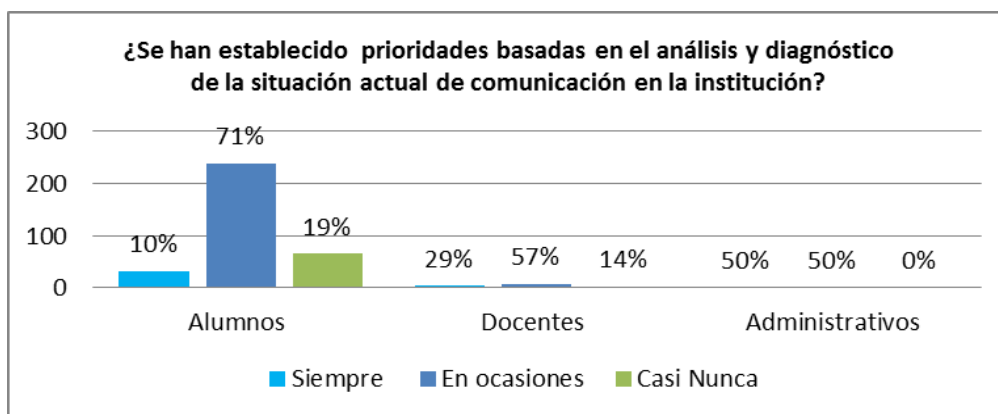


Gráfico N° 22 ¿Se ha establecido prioridades basadas en el análisis y diagnóstico de la situación actual de comunicación en la institución?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.

Elaborado por: Darío León R. (2016)

**Análisis:**

Se observa mediante la encuesta acerca del establecimiento de prioridades basadas en la situación actual de la comunicación en la institución el 71% de los alumnos mencionaron que en ocasiones, el 19% indicó que casi nunca y el 10% que siempre. El 57% de los docentes afirmaron que se realiza en ocasiones, el 29% siempre y el

14% que nunca; y el personal administrativo menciona que en ocasiones con el 50% y el 50% siempre.

**Interpretación:**

Las prioridades basadas en el análisis y diagnóstico de la situación actual de comunicación de la institución son aplicadas ocasionalmente en el colegio por lo que con un estudio eficaz se detectaría las falencias y las prioridades de la misma.

10. ¿Se ha definido correctamente la visión y misión de la institución?

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
<b>Si</b>	272	12	2	286
<b>No</b>	63	2	0	65
<b>Total</b>	335	14	2	351

Tabla N° 19 ¿Se ha definido correctamente la visión y misión de la institución?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

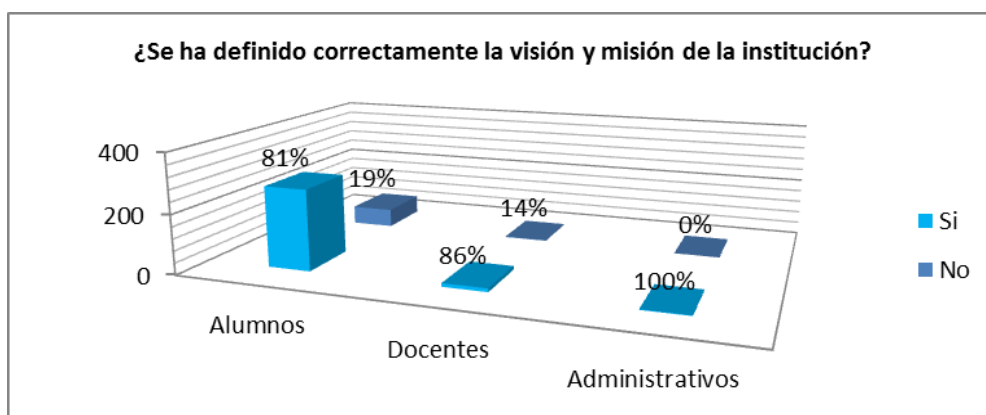


Gráfico N° 23 ¿Se ha definido correctamente la visión y misión de la institución?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.

Elaborado por: Darío León R. (2016)

**Análisis:**

Se observa que el 81% de los alumnos encuestados menciona que si se ha definido la misión y visión de la institución mientras que el 19% indicó que no; así mismo el 86% de los docentes encuestados afirman que si se ha definido la misión, visión y el 14% señaló que no, por otro lado el 100% del personal administrativo encuestado indicó que efectivamente está definida la visión, misión de la institución.

### Interpretación:

La misión y visión según la encuesta está definida en la institución por lo que se recomienda la sociabilización que sea de conocimiento general en el colegio tanto por alumnos docentes y personal administrativo.

### 11. ¿Se ha determinado el tipo de usuario de la institución, en cuanto a género y edad?

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
<b>Siempre</b>	107	5	1	113
<b>En ocasiones</b>	168	7	1	176
<b>Casi Nunca</b>	60	2	0	62
<b>Total</b>	335	14	2	351

Tabla N° 20 ¿Se ha determinado el tipo de usuario de la institución, en cuanto a género y edad?  
Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

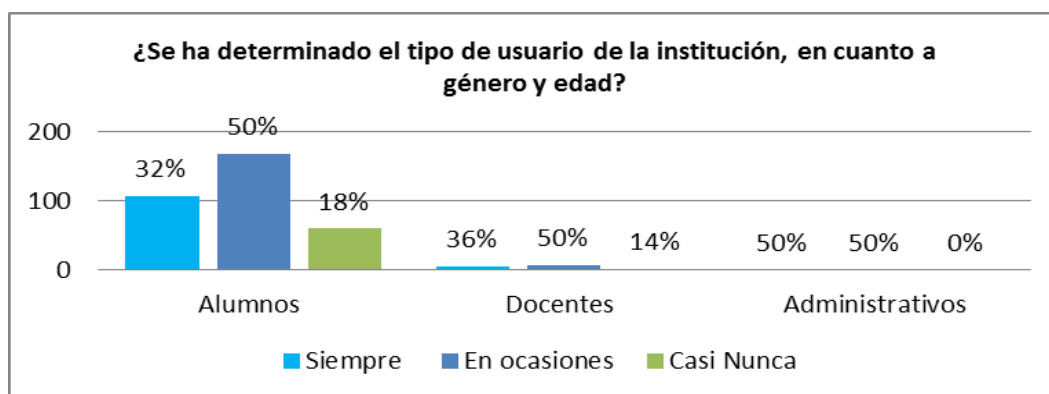


Gráfico N° 24 ¿Se ha determinado el tipo de usuario de la institución, en cuanto a género y edad?  
Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Análisis:

En base a los resultados obtenidos se observó que el 50% de los alumnos indicaron que en ocasiones se ha determinado el tipo de usuario de la institución en cuanto a género y edad, el 32% mencionó que siempre y el 18% indicó que casi nunca. Los docentes el 50% en ocasiones, 36% siempre y el 14% casi nunca. El personal administrativo con el 50% siempre y el 50% restante indicó que en ocasiones.



### Interpretación:

Según la encuesta sobre si se ha determinado el tipo de usuario de la institución en cuanto a género y edad se menciona que solo se lo efectúa en ocasiones, por falta de tiempo e interés de docentes y autoridades.

### 12. ¿Seleccione que estrategias de comunicación se han establecido en la institución?

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
<b>Corporativas (Misión, Visión)</b>	174	4	1	179
<b>De segmentación y posicionamiento (público a quien se dirige: estudiantes, docentes, públicos en general)</b>	161	10	1	172
<b>Total</b>	335	14	2	351

Tabla N° 21 ¿Seleccione que estrategias de comunicación se han establecido en la institución?  
Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato  
Elaborado por: Darío León R. (2016)



Gráfico N° 25 ¿Seleccione que estrategias de comunicación se han establecido en la institución?  
Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Análisis:

De la encuesta realizada sobre que estrategias de comunicación se han establecido en la institución los alumnos mencionaron: 52% corporativas y 48% de segmentación. Los docentes con 71% de segmentación y 29% corporativas. Y el personal administrativo indicó: los 50% corporativas y el 50% de segmentación.

### Interpretación:

Las estrategias de comunicación mayormente empleadas en la institución son las de comunicación interna como la cartelera y las actividades de capacitación a docentes, sin embargo, no es suficiente para establecer una adecuada comunicación con todos los actores de la misma.

### 13. ¿Se ha organizado planes de acción para solucionar los problemas de comunicación?

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
<b>Si</b>	89	5	0	94
<b>No</b>	246	9	2	257
<b>Total</b>	335	14	2	351

Tabla N° 22 ¿Se ha organizado planes de acción para solucionar los problemas de comunicación?  
Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

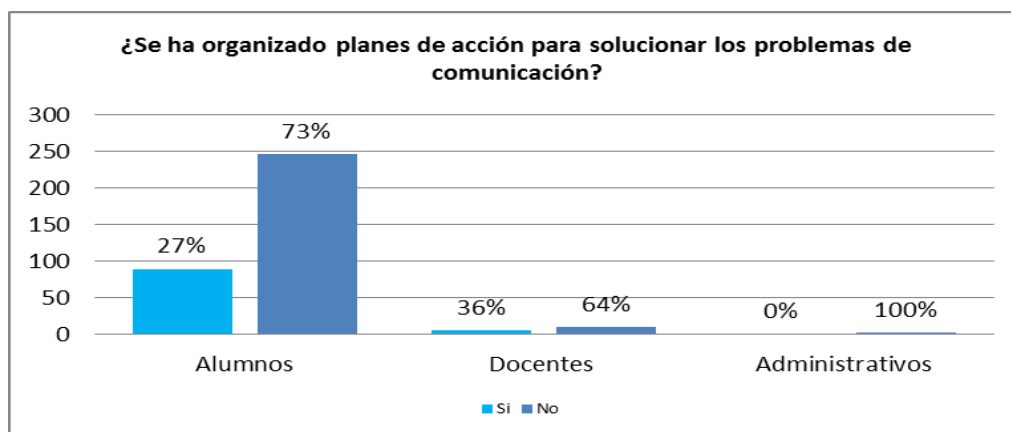


Gráfico N° 26 ¿Se ha organizado planes de acción para solucionar los problemas de comunicación?  
Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

#### Análisis:

En base a los resultados obtenidos sobre si se ha organizado planes de acción para solucionar los problemas de comunicación se observó que el 71% de alumnos que no, el 27% que sí se organiza planes de acción. Los docentes indicaron que si con el 64% y no con el 36%, por otro lado el personal administrativo mencionó que no se ha organizado estos planes con el 100%.

### Interpretación:

Según la encuesta la institución no tiene planes de acción que solucionen los problemas de comunicación, por lo que se recomienda la implementación de estrategias que ayuden a solucionar problemas comunicacionales que puedan surgir dentro del colegio.

14. ¿Se ha definido los tipos de recursos que requiere la institución, para desarrollar un plan de acción?

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
<b>Económicos</b>	89	1	1	91
<b>Materiales</b>	129	8	1	138
<b>Humanos</b>	117	5	0	122
<b>Total</b>	335	14	2	351

Tabla N° 23 ¿Se ha definido los tipos de recursos que requiere la institución, para desarrollar un plan de acción?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

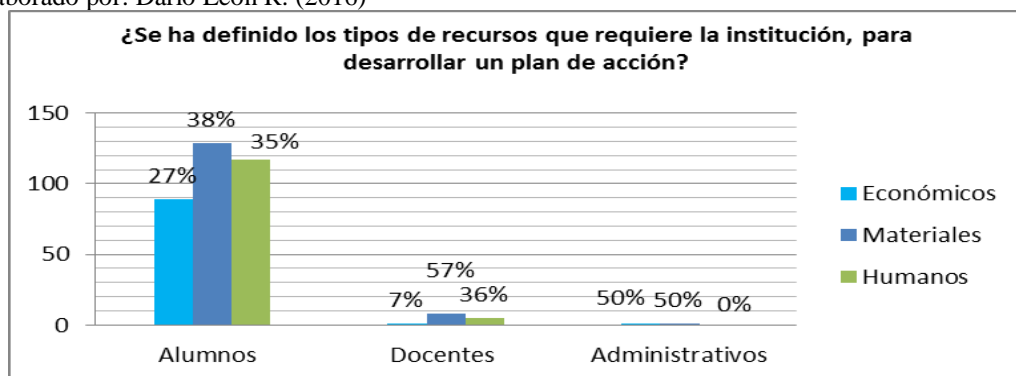


Gráfico N° 27 ¿Se ha definido los tipos de recursos que requiere la institución, para desarrollar un plan de acción?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Análisis:

Según los resultados obtenidos se observó que el 38% de los alumnos encuestados sobre qué tipo de recursos requiere la institución indicaron recursos materiales, el 35% mencionó recursos humanos y el 26% indicó recursos económicos materiales, por otro lado los docentes mencionaron el 57% materiales, 36% humanos y 7% económicos; el personal administrativo indicó el 50% que recursos materiales y el 50% restante mencionó que son recursos económicos.

### Interpretación:

Según la encuesta los tipos de recursos que requiere la institución para el desarrollo de un plan de acción son materiales, económico y recursos humanos.

### 15. ¿Se ha analizado las estrategias y acciones actuales con el fin de corregirlas y mejorarlas en el futuro?

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
Si	200	9	1	209
No	135	5	1	141
Total	335	14	2	351

Tabla N° 24 ¿Se ha analizado las estrategias y acciones actuales con el fin de corregirlas y mejorarlas en el futuro?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

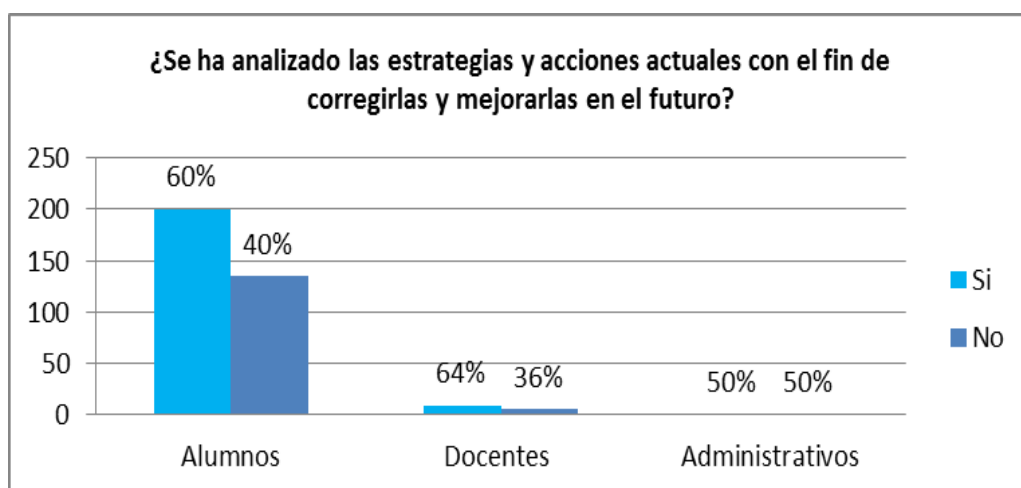


Gráfico N° 28 ¿Se ha analizado las estrategias y acciones actuales con el fin de corregirlas y mejorarlas en el futuro?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Análisis:

Según la encuesta efectuada a los docentes sobre si se ha analizado las estrategias y acciones actuales con el fin de corregirlas y mejorarlas en el futuro, los alumnos mencionaron: el 60% si, y el 24% no; los docentes indicaron: 64% si y 36% no; el personal administrativo mencionó: 50% si y el otro 50% indicó que no.

### Interpretación:

La institución aún no ha establecido estrategias y acciones comunicativas acertadas, por lo cual se debería realizar un análisis en estos aspectos con el fin de poderles mejorar o corregir.

### 16. ¿En la institución se implanta una educación de formación universal(al alcance de todos) o elitista (grupo selecto de estudiantes)?

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
Formación universal	272	13	2	287
Formación elitista	63	1	0	64
Total	335	14	2	351

Tabla N° 25 ¿En la institución se implanta una educación de formación universal(al alcance de todos) o elitista (grupo selecto de estudiantes)?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

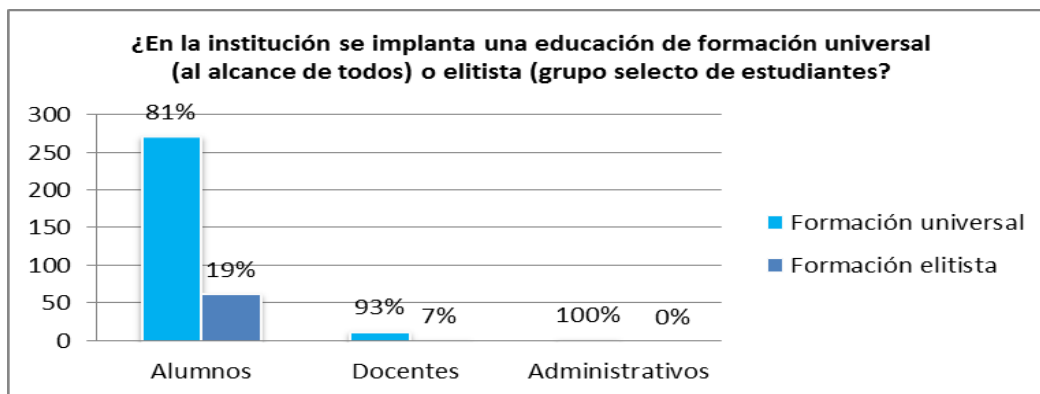


Gráfico N° 29 ¿En la institución se implanta una educación de formación universal(al alcance de todos) o elitista (grupo selecto de estudiantes)?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.

Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Análisis:

De la encuesta efectuada sobre si en la institución se implanta una educación de formación universal o elitista, el 81% de los alumnos indica que es universal, mientras que el 19% menciona que es elitista; el 93% de docentes indica que respectivamente es educación universal y el 3% indica que es elitista por otro lado el 100% del personal administrativo indica que la educación es universal.

### Interpretación:

Según los datos de la encuesta la educación que imparte la unidad educativa es universal y está al alcance de todos.

### 17. ¿Los docentes poseen formación en valores?

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
Si	59	3	1	63
No	276	11	1	288
Total	335	14	2	351

Tabla N° 26 ¿Los docentes poseen formación en valores

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

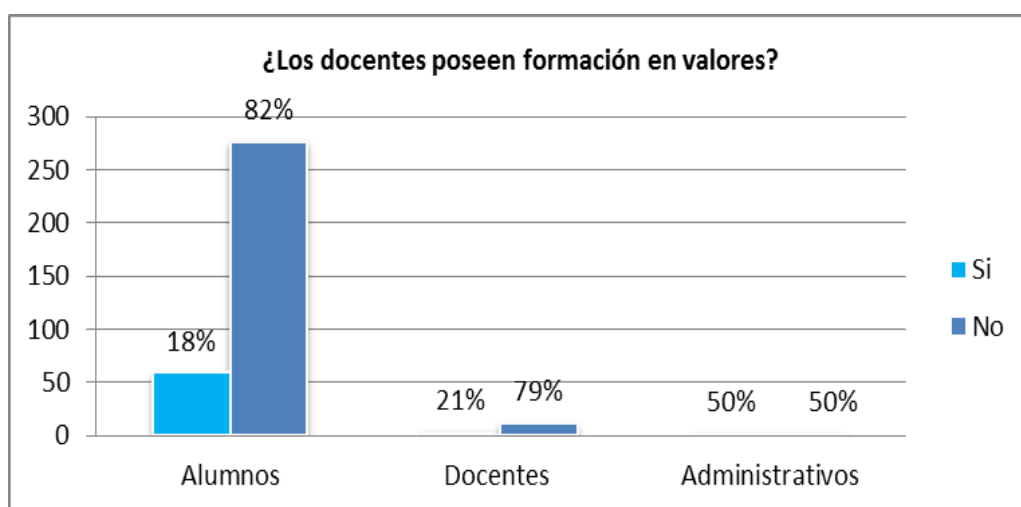


Gráfico N° 30 ¿Los docentes poseen formación en valores

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.

Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Análisis:

Según la encuesta sobre si los docentes poseen formación en valores, los alumnos mencionaron: el 82% no, y el 18% que sí; los docentes mencionaron el 79% que no poseen formación en valores, el 21 % respondió afirmativamente; y finalmente el personal administrativo menciona: 50% positivamente y el restante 50% indico que no.

### Interpretación:

Según los datos de la encuesta los docentes efectivamente tienen una formación en valores sin embargo no han hecho nada por guiar y fomentar en los estudiantes, sino más bien se enfocan en aspectos científicos que en la formación de personas íntegras y con valores.

18. ¿Se ha establecido charlas sobre formación de valores a los estudiantes?

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
<b>Siempre</b>	92	5	1	98
<b>En ocasiones</b>	192	9	1	202
<b>Casi nunca</b>	51	0	0	51
<b>Total</b>	335	14	2	351

Tabla N° 27 ¿Se ha establecido charlas sobre formación de valores a los estudiantes?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

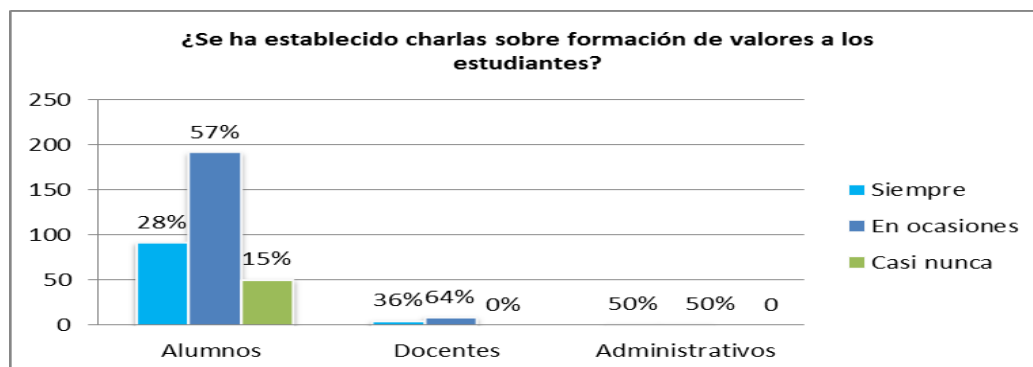


Gráfico N° 31 ¿Se ha establecido charlas sobre formación de valores a los estudiantes?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.

Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Análisis:

En base a los resultados obtenidos sobre si en la institución se ha establecido charlas sobre formación de valores a los estudiantes se observó que el 57% de los alumnos menciono que en ocasiones, el 28% indicó que siempre y el 15% que casi nunca, los docentes por otro lado, el 64% mencionaron que en ocasiones y el 36% que siempre, el personal administrativo 50% manifiesta que siempre y el 50% restante que en ocasiones.

### Interpretación:

Las charlas sobre valores establecidas en la institución son ocasionales según los datos de la encuesta, por lo que se recomienda realizar estas charlas de manera habitual con temas actuales, que afectan a los estudiantes como el bullying, el abuso de redes sociales, se tendrá que fomentar en los estudiantes un sólido conocimiento de valores.

### 19. ¿Qué tan favorable para la institución sería el diseño de un organigrama nuevo en el colegio?

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
<b>1. Muy favorable</b>	129	5	1	135
<b>2. Favorable</b>	170	7	1	178
<b>3. Poco favorable</b>	24	2	0	26
<b>4. Desfavorable</b>	12	0	0	12
<b>Total</b>	335	14	2	351

Tabla N° 28 ¿Qué tan favorable para la institución sería el diseño de un organigrama nuevo en el colegio?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

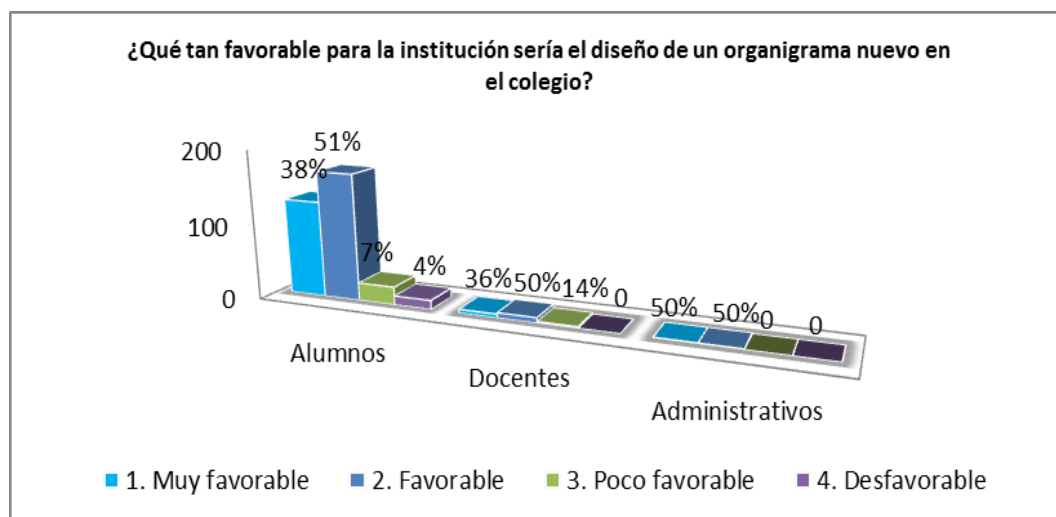


Gráfico N° 32 ¿Qué tan favorable para la institución sería el diseño de un organigrama nuevo en el colegio?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.

Elaborado por: Darío León R. (2016)



### **Análisis:**

De los resultados obtenidos sobre qué tan favorable sería el diseño de un organigrama nuevo para la institución, los alumnos mencionaron: el 51% favorable, 38% muy favorable; 7% poco favorable y 4% desfavorable; por otro lado los docentes encuestados mencionaron: 50% favorable; 36% muy favorable, y el 14% poco favorable; finalmente el personal administrativo menciona: el 50% favorable y el 50% restante indicó que es muy favorable.

### **Interpretación:**

Los datos obtenidos muestran que el desarrollo de un organigrama nuevo será favorable ya que permitirá dar un vistazo a la actual estructura jerárquica de la institución para que los estudiantes soliciten en su momento la ayuda necesaria, cuando tengan problemas y que la misma mediante sus autoridades establezcan actividades y sanciones si el caso lo amerita.

### **20. ¿Marque con una X, e indique el nivel de participación de un plan de comunicación nuevo en la Unidad Educativa Mayor Ambato?**

	<b>Alumnos</b>	<b>Docentes</b>	<b>Administrativos</b>	<b>Total</b>
<b>1. Bajo</b>	17	1	0	18
<b>2. Medio Bajo</b>	24	1	0	25
<b>3. Medio</b>	37	2	0	39
<b>4. Medio Alto</b>	56	4	0	60
<b>5. Alto</b>	201	6	2	209
<b>Total</b>	335	14	2	351

Tabla N° 29 ¿Marque con una X, e indique el nivel de participación de un organigrama nuevo en el colegio?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

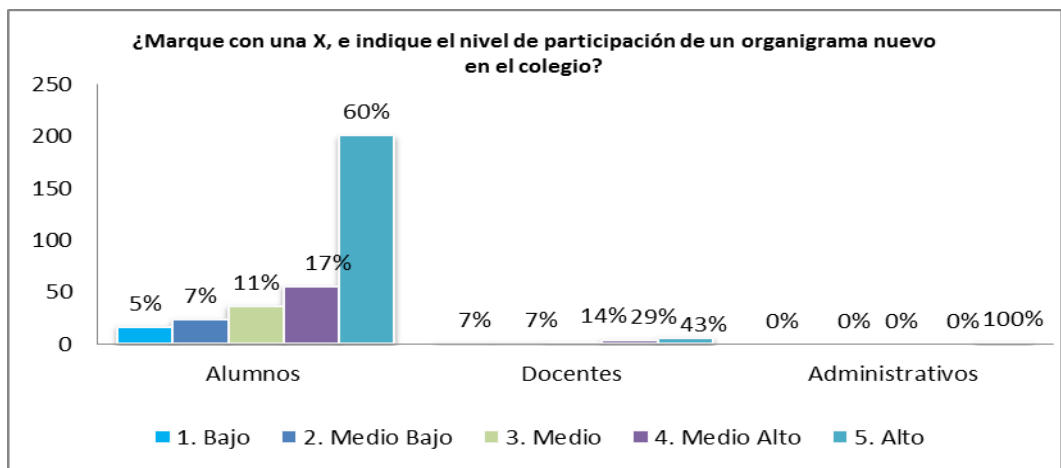


Gráfico N° 33 ¿Marque con una X, e indique el nivel de participación de un organigrama nuevo en el colegio?

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato.

Elaborado por: Darío León R. (2016)

### **Análisis:**

En base a los resultados de la encuesta sobre el nivel de participación de un organigrama nuevo en la institución los alumnos mencionaron que: 60% alto, 17% medio alto; 11% medio, 7% medio bajo y 5% bajo; mientras que los docentes indicaron: el 43% alto, el 29% medio alto, el 14% medio; el 7% medio bajo y el 7% restante indicó bajo; por otro lado el personal administrativo manifestó: el 100% que es alto.

### **Interpretación:**

La aceptación de un organigrama en la unidad educativa según la encuesta se puede apreciar que tendrá acogida ya sea por parte de docentes alumnos y personal administrativo.

- **Resumen de entrevistas triangulación de la información al azar: docentes, administrativos y alumnos.**

<b>TRIANGULACIÓN DE INFORMACIÓN DE ENTREVISTAS</b>		
<b>Cargo</b>	Coordinador académico, jornada matutina y vespertina	Docente
<b>Nombre</b>	Nelson Gustavo Medina Altamirano Msc.	Ing. Miriam Álvarez
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
<b>Nº1. ¿Quisiera que por favor me comente, acerca de su historia (formativa y laboral) y su paso por la Unidad Educativa Mayor Ambato?</b>	Hablar sobre nuestra Unidad Educativa Mayor Ambato es tener el compromiso de nosotros desarrollar crear e implementar nuevos seres es decir crear nuevos profesionales para nuestro país. Sobre historia laboral, me desarrolle profesionalmente en la Universidad Técnica de Ambato, entre a trabajar mediante contrato posteriormente ingrese a la Unidad Educativa Mayor Ambato donde mediante evaluaciones logre ingresar con nombramiento a la institución.	Como todo docente ingrese a esta institución con la vocación de ser maestro de trabajar, colaborar, las únicas circunstancias y puntos negativos que he tenido por ejemplo que no tengo la colaboración de los padres de familia como debería tener un docente, el apoyo incondicional para una mejor enseñanza de los estudiantes eso es lo que me ha hecho falta de manera personal.
<b>Nº2. ¿Qué descripción me daría usted de la comunidad educativa y cómo calificaría su relación con los demás integrantes de la institución educativa (directivas- profesores- alumnos- personal servicios- padres de familia)?</b>	Tenemos buen ambiente, si ha habido también grandes roces pero la comunicación en si se logrado bastante logrando fomentar nuevos parámetros, para que toda la comunidad educativa tengan las mismas convecciones para poder fortalecer a la unidad.	Desde mi punto de vista cada uno es mundo aparte nos dedicamos a las funciones y labores docentes, siempre hay más comunicación entre los compañeros del área que se lleva la misma asignatura, de ahí una actividad mayor de comunicación realmente no veo que exista.

<p><b>Nº3. A partir de lo anterior, ¿Cómo calificaría usted el ambiente que se vive en el Unidad Educativa y por qué y participa activamente de las actividades que la institución desarrolla?</b></p>	<p>El ambiente es regular siempre hay sus peros siempre hay roces entre compañeros, padres de familia, estudiantes, pero de alguna forma se ha fomentado llegar a un equilibrio donde no se lleguen a estas dificultades.</p> <p>Prácticamente no tenemos un mediador si hablamos de entre colegas el único mediador seria el Sr. Rector, si hablamos conflictos de padres familia estudiantes tenemos el departamento de consejería estudiantil ellos son los encargados de resolver estos problemas, son personas especializadas, psicólogos educativos, clínicos, pasantes de trabajadores sociales.</p>	<p>Yo le podría una calificación de 1 a 10 un 6 por el mismo hecho de que cada uno esta únicamente ensimismado en las labores docentes, labores diarias, hay muchos compañeros que por ejemplo que no hablamos no les conocemos, no sabemos el nombre, máximo del saludo por el pasillo nada más.</p>
<p><b>Nº 4. ¿Cómo podría definirme claramente, la situación que la unidad educativa con respecto a generación y conservación de los vínculos entre los grupos y áreas que en la institución confluyen y cómo es la comunicación entre sí, y como participa usted de las actividades que programa la entidad educativa?</b></p>	<p>Lo importante es que la comunicación se establezca porque por ejemplo si es que una persona va con un criterio y otra persona no lo comparte tendría que haber un consenso en la cual los dos queden en compartir la misma idea.</p>	<p>No sabe /No responde.</p>
<p><b>Nº5. ¿Es para usted importante que la institución educativa en general, tenga conocimiento claro de los distintos acontecimientos que en ella suceden, por qué? ¿Hay presencia de rumores o chismes y cómo se manejan?</b></p>	<p>Por lo general siempre hay eso chismes, siempre se les ha pedido bueno personalmente con compañeras que he conversado que no se guíen por los chismes que no se fomente que no crezca, realmente tiene que irse a la persona, a la fuente con un dialogo conservado para que no se llegue a casos extremos.</p>	<p>Los directivos deben estar al tanto de todo, pero en el asunto comentarios, está fuera de lugar de nuestra labor docente, aquí estamos para educar a los jóvenes y no más para estar entablando una relación tan intensa entre los y las compañeras.</p>

<p><b>N°6. ¿Cuál es el proceso que se sigue para dar a conocer y tomar decisiones frente a innovaciones o cambios que se hagan en los aspectos y proyectos pedagógicos como ocurrió con la reciente inserción de pruebas ENES (Examen nacional para la educación superior), en las distintas áreas?</b></p>	<p>Aquí por lo general nos llegan los comunicados desde la dirección distrital, no llega vía email, personalmente yo me he encargado de comunicarles vía email mismo, cualquier información que se les tenga que dar a los docentes, inmediatamente se les envía correos personales.</p>	<p>Todos nos basamos principalmente en los comunicados que envía el ministerio no podemos nosotros tomar nuestras propias decisiones, todo comunicado que envía el ministerio nosotros aquí lo aplicamos sea cual sea entonces no hay una decisión personal de cada docente, no sometemos y a las reglas y lo que está establecido por parte del ministerio.</p>
<p><b>N° 7. ¿Cómo fue creado y qué papel específico cumple el PEI (proyecto educativo institucional) de la institución?</b></p>	<p>Se ha desarrollado especialmente para el bienestar de los estudiantes en si para la comunidad educativa, nosotros tenemos que fomentar que los estudiantes lleguen a desarrollar sus capacidades para poder llegar a entes superiores, universidades, politécnicas del país, para que puedan seguir sus estudios, Igual así mismo con los padres de familia se ha coordinado para que nos ayuden porque si hemos tenido casos conflictivos en los que los estudiantes no logran llegar a una excelencia académica, incentivar buenas calificaciones se ha estado motivando para que los padres de familia no se descuiden, hemos tenido unos descuidos que al final del año vienen averiguar eso causa molestias en los docentes.</p>	<p>Nos envían comunicados diariamente a nuestros correo electrónicos en base a eso nosotros ya sabemos lo que tenemos que realizar.</p>
<p><b>N° 8. ¿Los lineamientos de los entes anteriores, responden estos a las necesidades del Unidad Educativa?</b></p>	<p>Siempre cuando hay problemas conflictivos especialmente lo que más es el bajo rendimiento académico de los estudiantes se ha procedido a que los docentes comuniquen al departamento de consejería estudiantil que ellos tienen todos los datos de los estudiantes para que puedan llamar a los representantes y poder a tiempo ayudarles y no al final para que se mejore el rendimiento del estudiante.</p>	<p>Fue creado ya hace varios años por los maestros que nos antecedieron, pero todo viene a inicio del ministerio ellos son los que generan todas las reglas reglamentos y uno únicamente aplica, igual los directivos nos queda únicamente que aplicar lo que viene ya desde el ministerio de educación.</p>

<p><b>N° 9. ¿Qué pautas en la institución, le permiten diagnosticar y definir una situación determinada como un problema?</b></p>	<p>Lo que se podría mejorar por ejemplo es que a veces nos dejan desarmados, hubo una temporada en que se fueren llevando al departamento de consejería y no podíamos coordinar esas actividades, para que nos ayuden a solventar que vengan los padres de familia y poder ver una forma de ayudar los estudiantes, que ellos nos ayuden que no se descuiden de los estudios, los de distrito que coordinen mejor que no nos dejen con una sola persona sino que vean como le distribuyen a las otras entidades que están dentro del distrito para que no nos dejen desarmadas.</p>	<p>No sabe /No responde</p>
<p><b>N°10. ¿Cuáles son los problemas más comunes que se presentan en la institución y por qué?</b></p>	<p>Los problemas más comunes son los disciplinarios, los estudiantes de alguna forma no permanecen en las aulas, incluso tenemos casos que hay estudiantes que ni siquiera ingresan al colegio, sino que quedan afuera y se van a otros lados y después vienen los padres de familia a averiguar tal estudiante y sorpresa que no está, esas son las dificultades disciplinarias que hemos tenido la mayoría, incluso las fugas entre clase. Se coordina la inspección general y el departamento de consejería para solventar estas dificultades disciplinarias del estudiante.</p>	<p>Con respecto a los docentes pienso que estamos con demasiada carga de trabajo, hay demasiadas planificaciones que cumplir, y muchas de las veces por realizar estas actividades no nos permite incluso cumplir con las labores dentro del aula como debería ser más eficientes por estar preocupados de completar y llenar otros tipos de actividades enviadas desde el ministerio. Con respecto a los estudiantes lo que pienso es que hay una dejadez muy grande en el cumplimiento de tareas, actividades que se realizan dentro y fuera del aula, por lo tanto no existe un control por parte de los padres y los mismo estudiantes no tienen la responsabilidad en alto grado.</p>
<p><b>N° 11. ¿Cuáles de esos problemas que usted menciona, están relacionados con la comunicación y por qué?</b></p>	<p>Los problemas disciplinarios pero se coordina la inspección general y el departamento de consejería para solventar estas dificultades.</p>	<p>No sabe /No responde</p>

<p><b>N°12. ¿Se ha podido desde la comunicación misma, dar solución a estos contratiempos y de qué forma?</b></p>	<p>La mayoría si se ha logrado solucionar, se ha tenido casos fuertes en donde de alguna forma se ha tenido que solventar porque era una actitud que lo tomaban como juego, hay casos en los que estudiantes se han dedicado al alcoholismo, esto se ha detectado y de eso se ha buscado cortar el problema de raíz, logrado solucionar el problema</p>	<p>No sabe /No responde</p>
<p><b>N° 13. En la institución educativa en la cual se desempeña, ¿Ve usted cercanía entre la comunicación y los procesos pedagógicos- cómo y por qué?</b></p>	<p>Por lo general la comunicación es fundamental porque si nosotros no comunicamos lo que vamos realizar con los estudiantes, realmente los estudiantes no podrían procesar lo que nosotros les damos incluso a los padres de familia cuando se hace las reuniones se comunica todas las actividades que vamos a realizar, igual entre autoridades y docentes también se comunica todo lo que se ha planificado, el cronograma de actividades durante el año lectivo.</p>	<p>Yo pienso que todo está íntimamente relacionado para eso tenemos planificaciones y todos estamos llevando a cabo de esa manera.</p>
<p><b>N° 14. ¿Qué aspectos primordialmente en la institución deberían mejorarse frente a comunicación, transmisión de mensajes, motivación de las personas y medios que para ello se utilice?</b></p>	<p>Primordialmente ahora con la tecnología se utilizaría el whatsapp, sería fundamental pero casi como tenemos la restricción de los teléfonos, aquí no se utiliza las redes sociales, tenemos bloqueadas , especialmente desde el distrito nos tienen bloqueado las redes sociales, fuera el éxito si utilizarles, por ejemplo mis compañeros han logrado usar nuevas redes sociales educativas en las cuales esas si son admitidas, están pueden acceder aquí dentro de la institución, entonces eso si nos ayudado bastante.</p>	<p>No sabe /No responde</p>

<p><b>N°15. ¿Cómo podría la comunicación con estas y otras mejoras jugar un papel importante en la pedagogía de la institución y por qué?</b></p>	<p>En la comunicación con relación a la pedagogía sería importante que al presentarse cambios inmediatamente se les comunique no solo que llegue a las autoridades si no que se comunique al resto de los docentes y ahí en forma concatenada llegue a los estudiantes y a los padres de familia, porque si hemos tenido dificultades en la cual la comunicación de los cambios pedagógicos que se están dando los representantes desconocen. Ahora tenemos esta implementación de la plataforma Educa Ecuador donde se ingresan la calificaciones y hay un descuido de los padres de familia que ni siquiera han venido a averiguar la situación de porque no se les ha entregado boletines, recién ya cuando paso la situación de entrega de boletines recién vinieron a averiguar, es también un descuido que se ha presentado en los padres de familia, después nos dieron la pauta para realizar las capacitaciones a los representantes para que sepan de esta nueva implementación, algunos no saben utilizar pero otros manipulan muy bien, sería lo ideal que de entre los que sepan y no sepan llegar a un consenso para no tener las dificultades presentadas.</p>	<p>No sabe /No responde</p>
<p><b>Varios: ¿Se han perdido los valores en los estudiantes?</b></p>	<p>No opina</p>	<p>Se han perdido en su totalidad todos aquellos valores, hay que pensar que todo aquello viene de la familia, el núcleo de la familia está teniendo una transición muy negativa en estos momentos porque los estudiantes no es que vienen a aprender valores ellos vienen ya con los valores, aquí únicamente nosotros reforzamos, la falla desde mi punto de vista está en cada hogar.</p>



<p><b>Varios: 11. ¿En caso de conflictos o bullying entre los estudiantes que decisión tomaría?</b></p>	<p>No opina</p>	<p>Todos los docentes estamos involucrados llamados a controlar ese tipo de situaciones, de hecho los docentes tenemos un control que se realiza durante los recreos, al inicio de clases después de clases para controlar estos problemas, cuando se dan estas situaciones se comunica al DOBE, ellos comunican a los padres de familia y cuando ha sido necesaria se ha pedido la ayuda de la Dinapen.</p>
---	-----------------	--

Tabla N° 30 Entrevista Coordinador Académico, Docente  
Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato  
Elaborado por: León, D. (2016)

<b>TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LAS ENTREVISTAS EFECTUADAS EN LA UNIDAD EDUCATIVA MAYOR AMBATO</b>		
Docente		Docente
Lcda. Msc. Flor Rosero		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
N°1. ¿Quisiera que por favor me comente, acerca de su historia (formativa y laboral) y su paso por la Unidad Educativa Mayor Ambato?	Yo me gradué en la Universidad Técnica de Ambato, como Lcda., aprovechando la becas del Ministerio de Educación obtuve mi maestría, he trabajado en escuelas, y colegios, en este colegio estoy a partir del 2010.	No sabe/No responde
N°2. ¿Qué vínculos sociales o qué tipo de relación posee usted con los miembros de las directivas del Unidad Educativa, los demás docentes, los alumnos, los padres de familia y el personal de servicios? ¿Por qué?	El clima social aquí en la institución es ameno, no tengo ningún problema, en lo personal me llevo con todo el grupo directivo, compañeros docentes, padres de familia y estudiantes.	No sabe/No responde
N°3. (A partir de la respuesta anterior), ¿Cómo podría usted mejorar dichos vínculos con los demás integrantes de la comunidad educativa? ¿Estaría para ello presente la comunicación?	Tenemos una buena relación pero si de repente si hay alguna cosa con algún compañero aquí mismo se entabla una buena comunicación y el dialogo.	No sabe/No responde

<p>N° 4. Por favor, califique con tres palabras la situación que vive la Unidad Educativa frente a aspectos tales como:</p>	<p>a) El ambiente entre sus miembros. No hay problemas  b) La comunicación que existe:  Si hay liderazgo la comunicación se entabla de jerarquía la comunicación, ya no es necesario que nos reúnan a todos los docentes, estamos utilizando en si la plataforma.  c) La información que se da a conocer:  Los estudiantes o los padres de familia se pueden dirigir hacia los docentes si algún asunto que tratar, no hay ningún problema</p>	<p>No sabe /No responde</p>
<p>N° 5. ¿Se siente usted tenido en cuenta en la institución y participa activamente de las actividades del Unidad Educativa? Si, No ¿Por qué?</p>	<p>Depende de las actividades de acuerdo al área lo que corresponde a mi área ya me comunican para realizarlo, no hay ningún problema.</p>	<p>No sabe/No responde</p>
<p>N° 6. A partir de su respuesta y de la forma como le llegan a usted los mensajes del Unidad Educativa para que se integre a este, califique de uno a cinco (siendo uno el más bajo y cinco el más alto), la comunicación que se vivencia en el Unidad Educativa ¿Por qué su calificación?</p>	<p>La calificación le daría 4, el uno estaría fallando porque de repente los estudiantes, como los reúnen a los Sres. Presidentes, conocen más rápido antes que los docentes las disposiciones.</p>	<p>No sabe/No responde</p>

<p>N° 7. ¿Cuáles son los problemas más comunes en el Unidad Educativa y por qué? ¿Tiene en ellos injerencia la comunicación cómo?</p>	<p>Sobre el bullying habido campañas para manejar de mejor manera, habido charlas sugerencias y si se ha ido mermando este problema.</p>	<p>No sabe/No responde</p>
<p>N° 8. ¿Estos problemas han tenido desde la comunicación una posible respuesta y solución? ¿Cómo se ha manejado esto y por qué?</p>	<p>No podría decirle que todo nos llevamos en un 100% bien, problemas pueden presentarse en menor escala, siempre los profesores estamos atentos para frenar cualquier circunstancia.</p>	<p>No sabe/No responde</p>
<p>N° 9. ¿Quién debe manejar los procesos comunicacionales en la institución y por qué?</p>	<p>Cuando se realizó el código de convivencia de la institución, hay un grupo de docentes que están encargados de la comunicación, encargados de comunicar a todos el mismo para manejarnos desde un mismo punto desde un mismo lenguaje y además está a la cabeza el Sr. Rector, vicerrector, inspector, directores de área.</p>	<p>No sabe/No responde</p>
<p>N° 10. En la institución educativa en la cual se desempeña, ¿Ve usted cercanía entre la comunicación y los procesos pedagógicos, cómo y por qué?</p>	<p>Como el Ministerio de Educación ya envía a través del internet., todos los docentes estamos en la obligación de estar entrando siempre en las páginas del ministerio y estar atentos a cualquier cambio o reforma sobre los diferentes aspectos de la malla curricular.</p>	<p>No sabe/No responde</p>

<p>N° 11. ¿Por qué medios se entera de los cambios y nuevos proyectos, como la inserción de pruebas estilo ICFES y de los acontecimientos que suceden en el Unidad Educativa?</p>	<p>Ya se utiliza el internet, tenemos que estar pendientes tenemos que entrar a diario a la página no solamente de la institución sino también la página Educa Ecuador.</p>	<p>No sabe/No responde</p>
<p>N°12 ¿Qué cambios haría usted a la comunicación que el Unidad Educativa tiene con usted y viceversa?</p>	<p>Al momento yo no tendría ninguna inquietud de decirles cambiemos alguna situación, porque manejamos un buen vocabulario aquí, una buena comunicación, un idioma muy aceptable, entonces todos estamos inmersos en los conocimientos y en todo lo que tenemos que hacer en la unidad.</p>	<p>No sabe/No responde</p>
<p>N° 13. ¿Sus vínculos con los demás departamentos e integrantes de la comunidad educativa son los más apropiados o deberían haber ciertos cambios en su relación con algunos grupos o integrantes del Unidad Educativa?- ¿Cuáles serían esos grupos y los cambios que propondría?</p>	<p>Existen situaciones que se carece de una fluida comunicación sin embargo personalmente mantengo una excelente comunicación con el personal docente con compañeros administrativos con los señores conserjes, estudiantes, con los señores estudiantes yo no tengo ningún problema.</p>	<p>No sabe/No responde</p>
<p>N° 14. A partir de lo anterior, ¿Cómo define y califica usted el ambiente que se vive dentro de la institución?</p>	<p>Excelente</p>	<p>No sabe/No responde</p>

<p>N° 15. ¿Cuáles son las necesidades más apremiantes frente a la comunicación que se presentan en el Unidad Educativa y cómo deben desarrollarse?</p>	<p>Talvez uno de los factores seria el tiempo porque ahora las disposiciones se les debe cumplir en forma inmediata y al diario, como son esas situaciones a nosotros no enmarcan en un hecatombe laboral a veces, pero el teléfono, el interno, el móvil, el correo electrónico, nos ayudado a llevar una efectiva comunicación</p>	<p>No sabe/No responde</p>
<p>N°16. ¿Cuál debería ser el verdadero papel que cumpla la comunicación entonces en su Unidad Educativa?</p>	<p>Estar todos satisfechos y cumplir los objetivos</p>	<p>No sabe/No responde</p>
<p>N°17. ¿Qué propuesta sugiere usted para mejorar los procesos de comunicación en el Unidad Educativa, especialmente con:</p> <p>a) Los profesores b) Las directivas c) Los padres de familia d) La comunidad municipal</p>	<p>Se debería tener por ejemplo un sistema informático interno más o menos como el que maneja el estatal que es el Quipus, donde podamos ver, despachar correspondencia, solicitudes, oficios, sería lo más óptimo, pero sin embargo con lo poco, nada que tenemos hemos logrado tener una objetiva comunicación.</p>	<p>No sabe/No responde</p>

Tabla N° Entrevista Docentes  
Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato  
Elaborado por: León, D. (2016)

<b>TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LAS ENTREVISTAS EFECTUADAS EN LA UNIDAD EDUCATIVA MAYOR AMBATO</b>			
<b>Cargo:</b>	Estudiante	Secretaría General	Conserje
<b>Nombre:</b>	Esteve López	Piedad Flor	Sr. Hugo López
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
N° 1. ¿Qué tan cercano es usted a la institución? Explique su respuesta	Soy estudiante de tercero de bachillerato, para mí la institución es considerada como una de las mejores de la provincia, ya que la calidad de docentes y calidad de estudiantes egresados ha sido una de las más altas.	Le definiría como mi segunda familia por eso soy muy cercana a la institución	Bueno ya vengo trabajando acá alrededor de 14 años y me siento parte de la institución
N°2. Siempre la mejor resolución de problemas es el dialogo entonces mediante este donde ambas personas implicadas en el problema puedan participar esta es la mejor solución.	Siempre la mejor resolución de problemas es el dialogo entonces mediante este donde ambas personas implicadas en el problema puedan participar esta es la mejor solución.	Estoy a conciencia que lo doy todo en mi trabajo y más que todo por el bienestar de la unidad.	La relación interpersonal la llevo bien de cierta forma pero hay siempre el personal docente tiende a discriminar a los compañeros o a nosotros en especial como conserjes.

<p>N°3. ¿Participa activamente de las actividades que la institución desarrolla? Si No por qué?</p>	<p>Claro está que existen algunas actividades que son designadas para mujeres pero también existen actividades para los hombres. También actividades como casas abiertas, club de lectura.</p>	<p>Participo dentro de lo que me permite mi departamento de secretaria hay otro campos donde yo no incursiono directamente en las actividades académicas, pero eso no implica que este ajena a las actividades, estoy a la mano con ellos para ayudar a lo que esté a mi alcance</p>	<p>Se ha participado en lo que se puede ayudar y ser parte de la institución ya que para eso estamos aquí para ayudar a la comunidad educativa.</p>
<p>N° 4. ¿Cómo se entera usted de las actividades que programa el Unidad Educativa, por qué medios y de qué manera participa usted de ellas, y como participa usted de las actividades que programa la entidad educativa?</p>	<p>Por medio de la institución participo en casas abiertas, club de lectura, deportes como futbol básquet.</p>	<p>Internamente tenemos un cronograma de actividades que se realiza por año lectivo, a mí me hacen llegar una copia, yo voy viendo lo que cada día tenemos que ir cumplir porque es algo ya establecido y programado</p>	<p>Se ha participado en lo que se puede ayudar y ser parte de la institución ya que para eso estamos aquí para ayudar a la comunidad educativa. La persona que requiere de nuestra ayuda, apoyo nos ha comunicado o nos pasan con oficio el</p>



			comunicado a qué hora tenemos que asistir o que es lo que tenemos que hacer
<p>N° 5. Hábleme sobre el conducto regular que se debe seguir en el Unidad Educativa.</p> <p>a) Si le pido que califique de uno a cinco (siendo uno el puntaje más bajo y cinco el más alto), a) La comunicación que tiene usted con los estamentos del Unidad Educativa y b) La comunicación que tienen los distintos estamentos de su Unidad Educativa con usted. ¿Qué respuesta me daría y porque?</p>	<p>Se deberá establecer asambleas de libre albedrio donde docentes, padres de familia, estudiantes, tengan la oportunidad de participar porque la unidad es conformada por todos y si todos ponen de parte el convenio será mejor. Una persona para llegar a ser estudiante de esta unidad debe acatar ciertas normas y leyes pero no solo por parte del colegio sino unos valores son inculcados por parte de la familia y vienen ya desde el hogar, no es trabajo solo de la unidad.</p>	<p>La comunicación tiene un puntaje de 5</p>	<p>Nosotros no tenemos de cierta forma un reglamento interno o un reglamento de convivencia para dirigirnos o tener cualquier reclamo.</p>

<p>N°6. ¿Qué cambios haría usted a la comunicación que el Unidad Educativa tiene con usted y viceversa?</p>	<p>Para mencionar unos cambios seria convocar a reuniones más seguidas donde los Sres. Docentes pasen un boletín informativo a los padres donde conste la conducta y el rendimiento académico.</p>	<p>No sabe/no responde</p>	<p>De crear un departamento no habrá la necesidad, de hecho lo que faltaría es comunicación entre docentes y personal de servicio porque como le decía hace un momento de cierta forma somos discriminados, porque como ellos son preparados a nosotros nos ven un poco mal.</p>
<p>N° 7. ¿Quiero preguntarle cómo ve el papel de la comunicación que imparte la institución en los siguientes aspectos? a) Su proceso educativo, b) La formación de valores personales, c) La construcción de conocimientos para la vida y e) La proyección de su futuro, cree que el Unidad Educativa tiene éxito en estos aspectos? Si o No</p>	<p>En tanto a estos aspectos el periódicamente el Sr. Rector convoca a los Sres., presidentes de cada curso en donde la comunicación tiene relación con los aspectos mencionados.</p>	<p>No sabe/no responde</p>	<p>No sabe/no responde</p>

y por qué?			
N°8. ¿Sus vínculos con los demás estamentos e integrantes de la comunidad educativa son los más apropiados o deberían haber ciertos cambios en su relación con algunos grupos o integrantes del Unidad Educativa?- ¿Cuáles serían esos grupos y los cambios que propondría?	No sabe /No responde	No sabe/no responde	De pronto un poco más de dialogo un poco más de acercamiento porque mucha gente no nos conoce como somos, simplemente se deja llevar por comentarios y como se dice vulgarmente por chismes que no llevan a nada bueno, porque se forma como le digo una marca en nosotros y no saben cómo somos en realidad.
N°9. A partir de lo anterior, ¿Cómo define y califica usted el ambiente que se vive dentro de la institución?	Yo le calificaría del 1 al 10 un 6 un 7 porque no está mal pero siempre hay un grupo específico que no está de acuerdo o no esta de acorde a la norma	No sabe/no responde	No sabe/no responde

<p>N°10. ¿Qué cambios, de acuerdo a su respuesta anterior, sería conveniente hacer en ese ambiente interno del Unidad Educativa y sus integrantes?</p>	<p>Un dialogo exhaustivo para que tengamos una convivencia real duradera y permanente para todos, el momento en que nos sentemos a conversar ese momento se va a sacar buenas conclusiones para nuestro mejor convivir.</p>	<p>No sabe/no responde</p>	<p>No sabe/no responde</p>
<p>N°11. ¿Cuáles son las necesidades más apremiantes frente a la comunicación que se presentan en el Unidad Educativa y cómo deben desarrollarse?</p>	<p>Específicamente hablando de los docentes, ellos como son preparados tienen un rango más arriba de nosotros, no saben o no tienen la disponibilidad inmediata de pedir como se debe ser, por que tome en cuenta de que la gente como está más arriba de nosotros piensa que todo mundo debe ordenarlos, debe seguirse un orden que es pidiéndole al inspector, para que él nos designe que debemos hacer o donde debemos hacer las</p>	<p>No sabe/no responde</p>	<p>No sabe/no responde</p>

	<p>actividades, eso está muy mal, piensan que porque son docentes ellos deben ordenar, hacer y deshacer las cosas .</p>		
<p>Varios: 12. ¿En el año 2012 salió un artículo en donde que dice que 3 instituciones de Ambato como es La Unidad Educativa Mayor Ambato, El colegio Hispano y el Natalia Vaca, se manifestaba que existe un alto índice de chicas embarazadas, Ud., cree que con la experiencia que tiene que me estaba comentando, si se ha manejado</p>	<p>En realidad si se ha controlado un poco mejor, se ha bajado el índice.</p>	<p>No sabe/no responde</p>	<p>No sabe/no responde</p>

en eso o sigue lo mismo?			
Varios: 13. ¿Cree usted que la institución necesita cambios en cuanto a la comunicación, para que hay mejor efectividad en la misma, entre todos los miembros y que hay un ambiente de más cordialidad?	Lo que se necesitaría es un gran dialogo con los padres de familia, estudiantado, personal docente y personal de servicio.	No sabe/no responde	No sabe/no responde

Tabla N° 31 Entrevista Secretaria General, Conserje, Alumno  
Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato  
Elaborado por: León, D. (2016)

## **Interpretación de datos**

En base a la aplicación de los instrumentos de investigación aplicados en la presente se procede a exponer las respectivas interpretaciones de los resultados obtenidos:

**En lo referente a la encuesta aplicada a docentes, autoridades y alumnos:** Se obtuvieron resultados que no favorecieron a la institución debido a que evidenciaron la realidad de la misma como a continuación se detallan:

- La edad promedio de los estudiantes encuestados de la institución está en el rango entre 17 y 20 años, la edad de los docentes y el personal administrativo oscila en su mayoría entre 32 y 37 años, por lo tanto estudiantes docente y personal administrativo aportan un criterio sólido de los distintos aspectos que se desea conocer sobre la institución.
- Los resultados evidentemente muestran una mayoría de alumnos de género femenino con un menor porcentaje de estudiantes de género masculino.
- El tiempo de vinculación con la institución de los docentes y personal administrativo oscila entre uno y dos años, esto quiere decir que conocen a la institución muy poco y aún no se han insertado en el área comunicacional, más bien se han preocupado por funciones de área.
- Los planes de comunicación que maneja la institución a través de la encuesta realizada a docentes y administrativos evidencian un porcentaje considerable el obtenido en las encuestas aplicadas a los estudiantes ya que manifiestan que el plan de comunicación del colegio está desactualizado.
- El análisis FODA de la institución, casi en un 50% de los encuestados mencionan que no se ha aplicado, mientras que el otro 50% indican que sí, indicando que esto se debe al desconocimiento de la existencia de un análisis

FODA realizado por la institución, por lo que se debería incluir en el plan de comunicación o realizarlo si no existiera.

- Se puede apreciar que los medios de comunicación externos mayormente empleados por los estudiantes son las revistas, la televisión al igual que los docentes y personal administrativo, por lo se podría sugerir la realización de una campaña comunicacional de la institución, mediante una revista digital que muestre datos generales de las actividades que realiza el colegio, para mejorar la comunicación interna.
- Los medios más utilizados para la comunicación dentro de la institución son las carteleras, correo electrónico, boletines, por lo que son medios insuficientes para llegar con información útil a los estudiantes, se debería utilizar blogs, redes sociales, para actualizar el plan actual a uno más moderno.
- Los alumnos encuestados mencionan que aún no se han determinado las necesidades y expectativas del público objetivo, sin embargo no es un porcentaje considerable por lo que se podría deducir que es por falta de tiempo e interés, además los docentes y personal administrativo mencionaron que si se ha determinado necesidades y expectativas, pero de forma verbal.
- Las prioridades basadas en el análisis y diagnóstico de la situación actual de comunicación de la institución son aplicadas ocasionalmente en el colegio, por lo que se recomienda aplicar y mejorar el plan de comunicación actual como meta para el próximo año lectivo, en la institución.
- La misión y visión según la encuesta está definida en la institución por lo que se recomienda la sociabilización que sea de conocimiento general en el colegio tanto por alumnos docentes y personal administrativo.



- Según la encuesta sobre si se ha determinado el tipo de usuario de la institución en cuanto a género y edad se menciona que solo se lo realiza en ocasiones, por falta de tiempo e interés de docentes y autoridades.
- Las estrategias de comunicación mayormente empleadas en la institución son las de comunicación interna, como la cartelera, y las actividades de capacitación a docentes, sin embargo no es suficiente para establecer una adecuada comunicación con todos los actores de la misma.
- Según la encuesta, la institución no tiene planes de acción que solucionen los problemas de comunicación, por lo que se recomienda la implementación de estrategias que ayuden a solucionar problemas comunicacionales que puedan surgir dentro del colegio.
- Según la encuesta los tipos de recursos que requiere la institución para el desarrollo de un plan de acción son materiales, económico y recursos humanos.
- La institución aún no ha establecido estrategias y acciones comunicativas acertadas, por lo cual se debería realizar un análisis en estos aspectos con el fin de poderles mejorar o corregir.
- Según los datos de la encuesta, los docentes efectivamente tienen una formación en valores sin embargo no han hecho nada por guiar y fomentar en los estudiantes, sino más bien se enfocan en aspectos científicos que en la formación de personas íntegras y con valores.
- Las charlas sobre valores establecidas en la institución son ocasionales según los datos de la encuesta, por lo que se recomienda realizar estas charlas de manera habitual con temas actuales, que afectan a los estudiantes como el

bullying, el abuso de redes sociales, se tendrá que fomentar en los estudiantes un sólido conocimiento de valores.

- Los datos obtenidos muestran que el desarrollo de un organigrama nuevo será favorable ya que permitirá dar un vistazo a la actual estructura jerárquica de la institución para que los estudiantes soliciten en su momento la ayuda necesaria, cuando tengan problemas y que la misma mediante sus autoridades establezcan actividades y sanciones si el caso lo amerita.

**En lo referente a la entrevista aplicada a autoridades, docentes, alumnos, administrativos y de servicio:** Se obtuvieron resultados más claros, en donde se clarificó de mejor forma la raíz del problema como es la poca comunicación de los docentes, y la desinformación general, a continuación se detallan los aspectos más relevantes:

- Se observó que los docentes solicitan colaboración de los padres de familia debido a que se descuidan de los estudiantes.
- No hay comunicación entre docentes, pues se conocen solo cuando son de la misma asignatura, y no se ha fomentado compañerismo entre los mismos, un claro ejemplo es el desconocimiento de los nombres de docentes entre sí.
- No se ha nombrado a un mediador de conflictos, en situaciones adversas en seguida se pasa a Rectorado.
- No hay actividades de fomento de la unión, y compañerismo entre docentes, peor aún con los administrativos y de servicios.
- Los docentes se limitan a obedecer las órdenes del Ministerio de Educación, originando una disminución de comunicación personal entre los mismos.

- Desde el Distrito de Educación no se asigna al personal necesario para mejorar la comunicación y el fomento de valores, pues en ocasiones ordenan que el personal de la institución se dirijan a otras instituciones, dejando a la Unidad Educativa Mayor Ambato, sin personal en esta área.
- Por falta de control esto ocasiona el incremento de fugas en los estudiantes, pues no existe personal que los oriente.
- Elevada despreocupación de los docentes en el fomento de valores y comunicación, debido a la excesiva carga horaria y actividades extracurriculares que deben obligatoriamente cumplir.
- La solución de los docentes y autoridades en casos extremos de bullying es llamar a la DINAPEN, para que proceda a impartir sus estrategias, provocando que la comunicación interna se disipe.
- No se fomenta el compañerismo entre docentes y personal administrativo y de servicio.
- La única vía de comunicación son los correos electrónicos.
- No se fomenta el trabajo en equipo, tampoco se han impartido talleres de comunicación interna, entre padres de familia, docentes, autoridades y estudiantes.
- Los alumnos del tercero de bachillerato proponen, la ejecución de Asambleas de Libre Albedrió, donde participen docentes, autoridades, padres de familia y alumnos, que planteen estrategias de mejoramiento de la imagen institucional, y fomento de valores en todos los actores.
- Actualmente existe un código de convivencia, sin embargo no se lo ha socializado.

- Una sugerencia de los estudiantes para mejorar la situación actual sobre la falta de valores, es convocar a reuniones a padres de familia donde aparte de entregar el boletín de calificaciones, también se emite un boletín sobre conducta, y comportamiento de los alumnos.
- Se evidencia la presencia de una línea de mando dictatorial, y poco flexible, donde se impone, mas no se escucha sugerencia y opiniones de los diferentes actores de la institución.
- Se observa que el índice de embarazos en las adolescentes que pertenecen a la institución ha disminuido, sin embargo se desconoce el porcentaje real.
- Existe una comunicación deficiente debido a que las nuevas disposiciones se comunica solo a los presidentes de curso, antes que a los docentes.
- El Código de Convivencia actual que posee la entidad, tan solo se ha sociabilizado con un pequeño grupo de docentes, y no se lo ha tomado en cuenta como herramienta de mejora comunicacional, consecuentemente esto ha generado el desinterés de los demás docentes.
- Existe una discriminación al personal de servicio por parte de algunos docentes, no se fomenta el valor de la igualdad, es decir no todos poseen igual oportunidad y derechos en la institución.
- Sin embargo un aspecto positivo es que los alumnos se han organizado de forma aislada, para fomentar la comunicación institucional y el fomento de valores, creando un club de lectura, y casa abiertas para incorporar a todos los estudiantes de la Unidad Educativa Mayor Ambato.

## **Verificación de Hipótesis**

Para la comprobación de la hipótesis se partió de la información obtenida a través de la aplicación de la técnica de encuesta, mediante el estimado estadístico Chi Cuadrado, el mismo que ayudará a verificar si la limitada difusión de un plan de comunicación institucional incide en la pérdida de valores en los estudiantes de la Unidad Educativa Mayor Ambato.

### **Hipótesis**

La limitada difusión de un plan de comunicación institucional es lo que incide en la pérdida de valores de los estudiantes de la unidad Educativa Ambato.

### **Variables**

**Variable Independiente:** Plan de comunicación institucional.

**Variable Dependiente:** Rescate de valores.

### **Modelo lógico**

**H<sub>0</sub>:** La limitada difusión de un plan de comunicación institucional no incide en la pérdida de valores de los estudiantes de la unidad Educativa Ambato.

**H<sub>a</sub>:** La limitada difusión de un plan de comunicación institucional si incide en la pérdida de valores de los estudiantes de la unidad Educativa Ambato.

### **Modelo matemático**

$H_a = H_1$  y  $H_0 \neq H_1$

### **Especificaciones del modelo estadístico**

El tamaño de la muestra es de 351 encuestas aplicadas a docentes, alumnos y administrativos que pertenecen a la Unidad Educativa Mayor Ambato.

$$A = \sum_{i=1}^k \frac{(O - E)^2}{E}$$

**Dónde:**

$x^2 =$  *Chi cuadrado.*

$\Sigma =$  *Sumatoria.*

$O =$  *Frecuencia Observada en una categoría específica.*

$E =$  *Frecuencia determinada en una categoría específica.*

$K =$  *Número de categorías o clase.*

#### **a) Nivel de significancia.**

El nivel de significancia con que se trabajará es del 5%.

#### **b) Grados de libertad**

$$GL = (f - 1)(c - 1)$$

$$GL = (2 - 1)(3 - 1)$$

$$GL = 1 * 2$$

$$GL = 2 = 5,991$$

**Preguntas seleccionadas para el cálculo del Chi cuadrado.**

<b>13. ¿Se ha organizado planes de acción para solucionar los problemas de comunicación?</b>				
	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
<b>Si</b>	89	5	0	94
<b>No</b>	246	9	2	257
<b>Total</b>	335	14	2	351
<b>17. ¿Los docentes poseen formación en valores?</b>				
	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
<b>Si</b>	59	3	1	63
<b>No</b>	276	11	1	288
<b>Total</b>	335	14	2	351

Tabla N° 32 Preguntas seleccionadas para el cálculo del Chi cuadrado

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

**Frecuencias Observadas**

	Ítems Básicos	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
<b>PREGUNTA N°13</b>	Si	89	5	0	94
	No	246	9	2	257
<b>PREGUNTA N°17</b>	Si	59	3	1	63
	No	276	11	1	288
	<b>Total</b>	670	28	4	702

Tabla N° 33 Frecuencias observadas

Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato

Elaborado por: Darío León R. (2016)

**Fórmula:**

$$FE = \frac{TC * TF}{TM}$$

### Frecuencias Esperadas

	Ítems Básicos	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
<b>PREGUNTA N°13</b>	Si	89,72	3,75	0,54	94
	No	245,28	10,25	1,46	257
<b>PREGUNTA N°17</b>	Si	60,13	2,51	0,36	63
	No	274,87	11,49	1,64	288
	Total	670	28	4	702

Tabla N° 34 Frecuencias observadas  
 Fuente: Unidad Educativa Mayor Ambato  
 Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Cálculo del Chi cuadrado

O	E	O-E	(O-E) ^2	(O-E) ^2/E
<b>89</b>	89,72	-0,72	0,5184	0,00577798
<b>246</b>	245,28	0,72	0,5184	0,0021135
<b>59</b>	60,13	-1,13	1,2769	0,02123566
<b>276</b>	274,87	1,13	1,2769	0,00464547
<b>5</b>	3,75	1,25	1,5625	0,41666667
<b>9</b>	10,25	-1,25	1,5625	0,15243902
<b>3</b>	2,51	0,49	0,2401	0,09565737
<b>11</b>	11,49	-0,49	0,2401	0,02089643
<b>0</b>	0,54	-0,54	0,2916	0,54
<b>2</b>	1,46	0,54	0,2916	0,19972603
<b>1</b>	0,36	0,64	0,4096	1,13777778
<b>1</b>	1,64	-0,64	0,4096	0,2497561
<b>702</b>	702			2,846692

Tabla N° 35 Distribución Chi Cuadrado  
 Elaborado por: Darío León R. (2016)





Gráfico N° 34 Distribución chi cuadrado  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

### Regla de decisión:

Rechazar  $H_1$  si  $x^2 c > x^2 t$ , caso contrario aceptar si  $x^2 c < x^2 t = 5,991$ .

### Conclusión:

Luego del proceso al aplicar el estadígrafo se ha llegado a la conclusión que el  $x^2$  calculado es  $= 2,846 < x^2$  tabla que es de  $5,991$ , es decir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que es: La difusión de un plan de comunicación institucional si incide en la pérdida de valores en la Unidad Educativa Mayor Ambato.

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### **Conclusiones.**

Se efectúan las siguientes conclusiones basadas en los objetivos planteados al inicio de la presente investigación como son:

**Objetivo general.-** En base a este objetivo se planteó investigar la existencia de un plan de comunicación institucional y su relación con la difusión de valores en la Unidad Educativa Mayor Ambato, obteniendo las siguientes conclusiones:

- El tiempo de vinculación con la institución de los docentes y personal administrativo oscila entre uno y dos años, esto quiere decir que conocen a la institución muy poco y aún no se han insertado en el área comunicacional, más bien se han preocupado por funciones de área.
- La mayoría de encuestados indicaron que en efecto existe un plan de comunicación pero está desactualizado y no se lo pone en práctica.
- Se puede apreciar que los medios de comunicación externos mayormente empleados por los estudiantes son las revistas, la televisión al igual que los docentes y personal administrativo.
- Los medios más utilizados para la comunicación dentro de la institución son las carteleras, correo electrónico, boletines, por lo que son medios insuficientes para llegar con información útil a los estudiantes.
- Los alumnos encuestados mencionan que aún no se han determinado las necesidades y expectativas del público objetivo.

- Se observa que el índice de embarazos en las adolescentes que pertenecen a la institución ha disminuido, sin embargo se desconoce el porcentaje real.
- Existe una discriminación al personal de servicio por parte de algunos docentes.

**Objetivo específico 1:** Este objetivo permitió conocer y proponer un plan de comunicación institucional actual para la Unidad Educativa Mayor Ambato.

- Las prioridades basadas en el análisis y diagnóstico de la situación actual de comunicación de la institución son aplicadas ocasionalmente en el colegio.
- Los tipos de recursos que requiere la institución para el desarrollo de un plan de acción son materiales, económico y recursos humanos.
- La solución de los docentes y autoridades en casos extremos de bullying es llamar a la DINAPEN, para que proceda a impartir sus estrategias, provocando que la comunicación interna se disipe.
- La única vía de comunicación en los docentes son los correos electrónicos.

**Objetivo Específico 2:** Este objetivo planteó identificar los valores que actualmente se practican en la Unidad Educativa Mayor Ambato para su correspondiente análisis y evaluación del FODA institucional.

- Según los datos de la encuesta, los docentes efectivamente tienen una formación en valores sin embargo no han hecho nada por guiar y fomentar en los estudiantes.
- Las charlas sobre valores establecidas en la institución son ocasionales.

- No hay actividades de fomento de la unión, y compañerismo entre docentes, peor aún con los administrativos y de servicios.
- Desde el Distrito de Educación no se asigna al personal necesario para mejorar la comunicación y el fomento de valores, pues en ocasiones ordenan que el personal de la institución se dirijan a otras instituciones, dejando a la Unidad Educativa Mayor Ambato sin personal en esta área.
- No se fomenta el trabajo en equipo, tampoco se han impartido talleres de comunicación interna, entre padres de familia, docentes, autoridades y estudiantes.

**Objetivo específico 3:** finalmente se planteará estrategias de fortalecimiento de la imagen institucional para la Unidad Educativa Mayor Ambato y su influencia en el rescate de valores.

- No se ha nombrado a un mediador de conflictos, en situaciones adversas enseguida se pasa a Rectorado.
- Actualmente existe un código de convivencia, sin embargo no se lo ha socializado con todos los actores.
- Se evidencia la presencia de una línea de mando dictatorial, y poco flexible, donde se impone, mas no se escucha sugerencias y opiniones de los diferentes actores de la institución.
- No se han planteado estrategias de mejora institucional en la Unidad Educativa Mayor Ambato.

## **Recomendaciones**

En lo que respecta a las recomendaciones de igual manera de detallarán a continuación en base a los objetivos del capítulo I:

**Objetivo General.-** En base a este objetivo luego de efectuar la correspondiente investigación acerca de la existencia de un plan de comunicación institucional y su relación con la difusión de valores en la Unidad Educativa Mayor Ambato se llegaron a las siguientes recomendaciones:

- Se podría sugerir la realización de una campaña comunicacional de la institución, mediante una revista digital que muestre datos generales de las actividades que realiza el colegio, para mejorar la comunicación interna.
- Se debería utilizar blogs, redes sociales, para actualizar el plan de comunicación a uno más moderno.
- Los alumnos del tercero de bachillerato proponen, la ejecución de asambleas de libre albedrío, donde participen docentes, autoridades, padres de familia y alumnos, que planteen estrategias de mejoramiento de la imagen institucional, y fomento de valores en todos los actores.

**Objetivo específico 1:** Lo que se recomienda para mejorar el plan de comunicación institucional actual en la Unidad Educativa Mayor Ambato es:

- Convocar a reuniones a padres de familia donde aparte de entregar el boletín de calificaciones, también se emite un boletín sobre conducta, y comportamiento de los alumnos.
- Establecer un modelo de mejoramiento del actual plan de comunicación, para vincular a todos los actores, y que esto sea de beneficio para la imagen institucional.

**Objetivo Específico 2:** En este objetivo acerca de la identificación de valores que se practican en la Unidad Educativa Mayor Ambato se plantean las siguientes recomendaciones:

- En lo referente al establecimiento de valores se recomienda realizar estas charlas de manera habitual con temas actuales, que afectan a los estudiantes como el bullying, el abuso de redes sociales, se tendrá que fomentar en los estudiantes un sólido conocimiento de valores.
- Se deberá fomentar el valor de la igualdad, es decir todos tendrán igual oportunidad y derechos en la institución.

**Objetivo específico 3:** Para finalizar se plantea el diseño de estrategias de fortalecimiento para la imagen institucional de la Unidad Educativa Mayor Ambato y su influencia en el rescate de valores.

**Es necesario aplicar estrategias tales como:**

EDUCATIVAS	PARTICIPATIVAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Talleres</li> <li>•Jornadas informativas</li> <li>•Cartillas</li> <li>•Plegables</li> <li>•Páginas web temáticas</li> <li>•Videos educativos</li> <li>•Avisos de prensa</li> <li>•Afiches</li> <li>•Banners</li> <li>•Vallas publicitarias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Que contribuyan a construir lazos de entendimiento, diálogo y solidaridad, que ofrezca condiciones apropiadas para asegurar alianzas entre los actores de la institución a favor de una convivencia pacífica y que promueva la adopción de hábitos y conductas saludables</li> <li>•Estas estrategias servirán plantear objetivos y diseñar metodologías que contribuyan al empoderamiento comunitario y al posicionamiento de la imagen institucional.</li> </ul>

Tabla N° 36 Estrategias  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

## **CAPITULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **Datos Informativos**

##### **Tema**

Diseño de estrategias de fortalecimiento de la imagen institucional en la Unidad Educativa Mayor Ambato y su influencia en el rescate de valores.

##### **Entidad ejecutora**

- **Entidad:** Unidad Educativa Mayor Ambato
- **Dirección:** Av. Humberto Albornoz y Vargas Torres
- Teléfono: 032420051
- **Rector:** Dr. Mario Cevallos

##### **Beneficiarios**

Las personas que se benefician mediante la realización de esta propuesta son:

- Autoridades.
- Docentes.
- Alumnos.
- Padres de Familia.
- Personal Administrativo.
- Personal de Servicio.

## Tiempo de Ejecución

Para desarrollar la presente investigación se tomaron los años Año 2015- y 2016.

- **Fecha de inicio:** Septiembre 2015.
- **Fecha Final:** Mayo 2016.

Equipo técnico responsables de la Unidad Educativa Mayor Ambato	
<b>Dr. Mario Cevallos</b>	Rector
<b>Darío León</b>	Investigador

Tabla N° 37 Equipo técnico responsable  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

Rubro	Cantidad	V/Un	Total
<b>Computador</b>	1	1200	\$ 1200
<b>Fotocopias</b>	800	0,05	\$ 40
<b>Suministros y materiales de oficina</b>			\$ 50
<b>Transporte</b>			\$ 144
<b>Alimentación</b>			\$ 150
<b>Impresiones</b>	500	0,1	\$ 50
<b>Anillados</b>	4	2,5	\$ 10
<b>Empastado</b>	1	15	\$ 15
<b>Alquiler de equipo</b>			\$ 40
<b>Contratación de internet</b>	1 año	20,89	\$ 250,68
<b>Subtotal</b>			\$ 1.949,68
<b>10% de imprevisto</b>			\$ 194,97
<b>Total</b>			\$ 2.144,65

Tabla N° 38 Recursos Materiales  
Elaborado por: Darío León R.. (2016)

**Costo:** El costo para implementar la propuesta es financiado por el investigador cuyo valor asciende a \$ 2144.65.



## **Antecedentes de la propuesta**

En la investigación indica la importancia de la comunicación en la institución por lo que se menciona la necesidad de implementar estrategias para mejorar esta área, ya que existen falencias que ocasionan una baja comunicación, para que mejore y tenga niveles aceptables se menciona que se debe mejorar la imagen e identidad institucional, junto con la colaboración de las personas tanto internas y externas a la institución.

En referencia a (Guaras, 2011, pág. 169) en su investigación **“Elaboración de un plan metodológico que permita rescatar los valores humanos para el mejoramiento de la comunidad educativa en la escuela Vicente Miranda de la provincia de Pichincha, cantón Mejía, parroquia Aloag, en el periodo escolar 2010-2011”**, indica lo siguiente:

Transmitir con la práctica, los valores tradicionales con la familia, dejar de lado los intereses personales y todo aquello negativo que reside en el corazón y en la conciencia personal; no permitamos que vayan en descenso la compasión, el honor, la responsabilidad, libertad, humildad, obediencia, armonía, generosidad, justicia, la paz, tolerancia, honestidad, lealtad, respeto y confianza en los miembros que conforman nuestro hogar.

Los valores son la columna vertebral de una convivencia sana entre seres humanos. Pero esa columna vertebral se construye con valores individuales, luego con valores familiares, incluso con valores regionales y nacionales, pero todo comienza con la persona. Por ello es muy importante entonces que como personas cultives los valores por medio de la práctica sin excluir algún tipo o deba dejarse de lado a los demás.

Es necesario poner en práctica los buenos principios, también el comportamiento de acuerdo a las iniciaciones más elementales de convivencia humana; ya que el progreso mostrado por esas sociedades tuvo como principal ingrediente eso que ahora llamamos trabajo en equipo.

El rescate de valores en la actualidad es de vital importancia, sobre todo en los niños desde tempranas edades ya sea en el hogar o en las instituciones educativas, de esto dependerá que el niño en un futuro sea una persona con valores éticos, que aporte al progreso y desarrollo de la sociedad.

## **Justificación**

La motivación principal para el desarrollo de este proyecto fue la aplicación de un plan de comunicación institucional, el mismo que se constituirá en un proyecto de beneficio en común, mediante el trabajo en equipo entre todos los actores de la institución, para obtener una información clara y precisa, es necesaria esta investigación para de esta manera mejorar la comunicación interna y el posicionamiento de la entidad en la localidad.

En referencia al rescate de valores es muy importante en toda institución educativa que se fomente y difunda debido a que mejora la convivencia de los alumnos, docentes y personal en general, y también fuera de la institución es decir en los hogares y en la sociedad, tomando de referencia valores formativos tales como: responsabilidad, la tolerancia y el respeto.

La investigación que se propone justifica por el impacto que esta presenta, debido al determinar un nuevo plan de comunicación institucional, se pretende solucionar un problema social como es el manejo empírico de la comunicación en la Unidad Educativa Mayor Ambato.

Un plan de comunicación viene delimitado por los principios que inspiran la política general de comunicación de la Unidad Educativa Mayor Ambato, y por la estrategia coyuntural, que se haya adoptado para dar una respuesta global a las necesidades y carencias de la institución en un momento dado, desde esta perspectiva, constituye una propuesta fundamentada y razonada de mejora de la comunicación en la institución, que deberá contar con el apoyo de las personas para tener posibilidades razonables de éxito, en donde se tomarán dos aspectos fundamentales para la elaboración de un plan de comunicación acorde a las necesidades de la institución como el diagnóstico de las necesidades comunicativas, y la elaboración final del plan de comunicación. **(Teixidó J, 1999, págs. 40-46)**

Por último es conveniente mencionar que la realización de la presente investigación es factible porque la institución dio facilidades para desarrollar la presente investigación, dando posibilidades de acceso a la información y el tiempo para cumplir el trabajo propuesto.

## **Objetivos**

### **Objetivos Generales**

Diseñar estrategias de fortalecimiento de la imagen institucional en la Unidad Educativa Mayor Ambato para influir en el rescate de valores.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico preliminar institucional, para mejorar la comunicación dentro y fuera de la entidad.
- Determinar el enfoque que la entidad tiene con respecto a la comunicación y los valores.
- Diseño de un plan de comunicación institucional, para mejorar la imagen de la entidad y promover el rescate de valores.

### **Análisis de factibilidad.**

#### **Factibilidad técnica.**

La propuesta planteada se enfoca principalmente en el diseño de estrategias de captaciones, en donde la institución cuenta con el apoyo suficiente para la presente investigación, por parte del Rector, personal administrativo, docentes y alumnos.

#### **Factibilidad legal.**

En cuanto al ámbito legal, la presente propuesta debe cumplir con los aspectos legales que rigen al plan de comunicación en estos casos que determina el Ministerio de Educación.

**Según el Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Intercultural,** mediante Decreto Ejecutivo N° 811, de fecha 22 de Octubre, del año 2015,

publicado en el Suplemento del Registro oficial N°635 de fecha 25 de Noviembre del 2015, en donde acotamos los artículos relacionados a las variables de estudio como son: el plan de comunicación y el rescate de valores.

### **En relación al plan de comunicación:**

Dentro del Capítulo III, De la Autoridades de las Instituciones Educativas.

**Art 44.- Atribuciones del director o rector:** Son atribuciones del Rector o Director son: según el numeral 15) “Establecer canales de comunicación entre los miembros de la comunidad educativa para crear y mantener tanto las buenas relaciones entre ellos como un ambiente de comprensión y armonía, que garantice el normal desenvolvimiento de los procesos educativos”.

**Art 46. Atribuciones del inspector general:** Son atribuciones del Inspector General son: según el numeral 8) “Llevar los siguientes registros: archivo documental de cada docente, distributivo de trabajo docente, horarios de clase, asistencia de estudiantes, solicitudes de justificación por inasistencia a clases de los estudiantes debidamente firmada por su representante legal, control de días laborados y novedades en caso de que las hubiere, calificaciones de disciplina de los estudiantes, **comunicaciones enviadas y recibidas**, control de comisiones y actividades docentes estudiantiles que se llevan a cabo dentro y fuera del plantel, y otro de similar naturaleza”.

**Art 56.- Docente tutor de grado o curso:** “El docente tutor de grado o curso es el docente designado, al inicio del año escolar, por el Rector o Director del establecimiento para asumir las funciones de consejero y para coordinar acciones académicas, deportivas, sociales y culturales para el grado o curso respectivo. Deben durar en sus funciones hasta el inicio del próximo año lectivo, el docente tutor de grado o curso es el principal interlocutor entre la institución y los representantes legales de los estudiantes. Está encargado de realizar el proceso de evaluación del comportamiento de los estudiantes a su cargo, para lo cual debe mantener una buena comunicación con todos los docentes del grado o curso.

### **En relación al rescate de valores:**

#### **Dentro del Título VIII, Del Sistema de Educación Intercultural Bilingüe, Capítulo I, De las Normas Generales.**

**Art. 243. Interculturalidad.-** “La interculturalidad propone un enfoque educativo inclusivo que partiendo de la valoración de la diversidad cultural y del respeto a todas las culturas, busca incrementar la equidad educativa, superar el racismo, la discriminación y la exclusión y favorecer la comunicación entre los miembros de las diferentes culturas”.

#### **Dentro de la Sección VI, De las Organizaciones Estudiantiles**

**Art. 62.- Ámbito.-** “Con el fin de fortalecer la formación integral del estudiantes, las autoridades de los establecimiento educativos deben propiciar la conformación de organizaciones estudiantiles encaminadas al ejercicio de la democracia y al cultivo de valores éticos y ciudadanos”.

#### **Dentro del capítulo VI, del código de convivencia**

**Art. 90.- Regulaciones.-** “Cada institución educativa debe contar con un Código de Convivencia, en el que obligatoriamente se deben observar y cumplir los siguientes preceptos:1) Desarrollo de valores éticos integrales y de respecto a la diferencia y a la identidad cultural, de cada persona y colectivo, como fundamentos de una convivencia sana, solidaria, equitativa, justa, incluyente, participativa, e integradora, para el desarrollo intercultural del tejido social. 2) Respeto a la dignidad humana, a la hora y los derechos de las personas, a las libertades ciudadanas, a la igualdad de todos los seres humanos dentro de la diversidad, al libre desarrollo de la personalidad y al derecho de ser diferente y 3) Promoción de la cultura de paz y de no agresión entre todos los miembros de la comunidad educativa y de la comunidad en general, 4) Consolidación de una política institucional educativa de convivencia basada en derechos, valores, disciplina razonabilidad. Justicia, pluralismo, solidaridad y

relación intercultural, 5) Legitimación del quehacer educativo del plantel a través de un sistema del diálogo discusión democrática y consensos, de reconocimiento y respeto a los disensos; y de participación activa de los miembros de su comunidad educativa, 6) Integración, sin ningún tipo o forma de discriminación o inequidad, de todos los miembros de la comunidad de la institución educativa como factor clave para el mejoramiento continuo y progresivo de los procesos de enseñanza, aprendizaje e interaprendizaje, 7) Legitimación de los procedimientos regulatorios internos del plantel a través de procesos participativos, equitativos e incluyentes, 8) Precautela de la integridad de cada una de las personas que hacen parte de la institución y de la comunidad educativa, así como de los bienes, recursos, valores culturales y patrimoniales del plantel; y 9) Promoción de la resolución alternativa de conflictos.

### **Factibilidad operativa.**

Para ejecutar el proyecto planteado se cuenta con todas las facilidades necesarias por las autoridades de la Unidad Educativa Mayor Ambato para la implementación del plan de comunicación institucional que permita difundir el rescate de valores en todos los actores de la misma.

### **Factibilidad económica financiera.**

La ejecución del presente proyecto será financiado por el investigador para la implementación de las estrategias de mejoramiento de la posición de la institución en la localidad.

### **Fundamentación**

#### **Plan de comunicación**

La comunicación institucional puede definirse como el tipo de comunicación realizada de modo organizado por una institución o sus representantes, dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que desarrolla su actividad. Tiene como

objetivo establecer relaciones de calidad entre las instituciones y los públicos con quienes se relaciona, adquiriendo una notoriedad social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades. **Rivarola, F** (2014, pág. 1)

La función principal de la comunicación institucional es difundir y fomentar valores culturales, científicos, deportivos en desarrollo de su actividad, a través de la comunicación transmitimos lazos de unión con la sociedad creando una imagen de confianza para el público externo.

Los Planes de Comunicación se conciben para definir los criterios básicos de comunicación (interna, externa y marketing) durante un periodo largo de tiempo (por ejemplo, cuatro años) y los criterios básicos con carácter anual. Es decir, que por una parte se fijará el objetivo general de comunicación y por otro el correspondiente al año en curso, como patrón básico de trabajo.

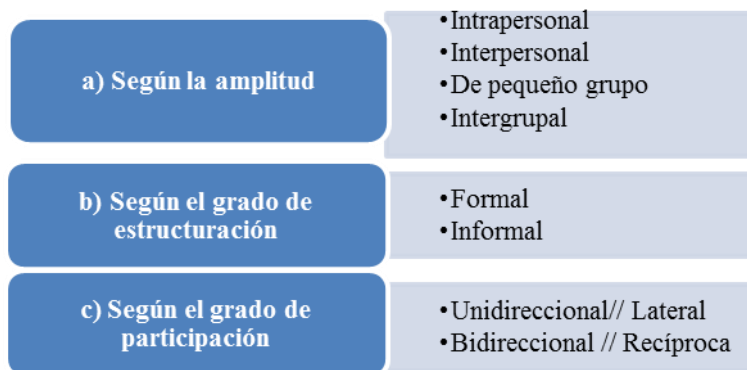
La comunicación institucional, mediante su planificación, persigue al menos los siguientes objetivos:

1. Presentarse ante la opinión pública.
2. Obtener un espacio estable y definido en los canales de comunicación conforme a un plan previo.
3. Contribuir a los objetivos generales de la institución, entidad o empresa, y mejorar sus métodos internos de trabajo, su productividad y el bienestar de los implicados.
4. Como consecuencia de todo lo anterior, generar una imagen corporativa determinada, ajustada a los objetivos, consecuente con su historia y esperanzadora y positiva hacia el futuro.

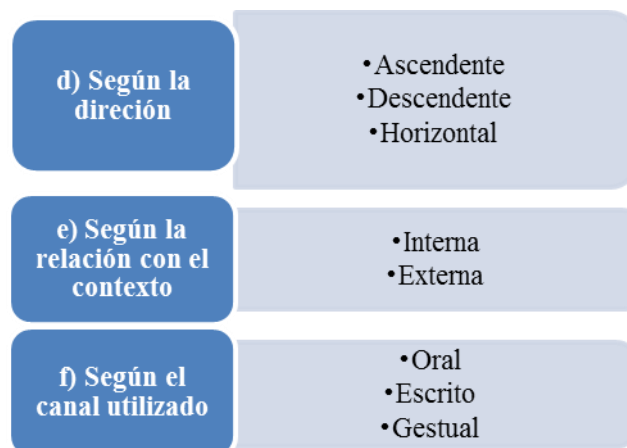
5. Afrontar situaciones de crisis conforme a unos protocolos previos y superarlas con el menor daño posible, y generando al final del proceso sensación de confianza. **Hernández, A (2002, pág. 1)**

La comunicación institucional se desarrolla bajo una serie de objetivos que es informar, persuadir y motivar, estos métodos permiten analizar cuál es el ambiente interno y externo para que la comunicación se desarrolle con claridad, y así mejorar su productividad y el bienestar de su institución y además estar preparados ante una situación de crisis para poder resolverlos con efectividad.

Además es necesario mencionar que tipología de comunicación se deben utilizar en las organizaciones educativas:



Fuente: (Teixidó J, 1999, pág. 31)



Fuente: (Teixidó J, 1999, pág. 31)



Finalmente es necesario mencionar que el plan de comunicación incluye varias características detalladas de la siguiente manera: abierta (para facilitar la relación con el entorno), evolutiva (ni rutinaria, ni demasiado formalista, capaz de superar los cambios imprevistos), flexible (para encontrar la combinación exacta justa entre comunicación formal e informal con una finalidad explícita compartida por todos que llega a convertirse en la razón de ser de la comunicación organizativa, responsable (es decir, una organización donde todo el mundo se responsabiliza de su buen funcionamiento, así se evitan los riesgos derivados de la acumulación de información en manos de determinadas personas) y finalmente la energética (capaz de crecer por sí misma a raíz de la dinámica interna de los mecanismos de información, formación y comunicación. **(Bartoli A, 1992, pág. 67)**)

### **Rescate de valores**

La cultura es una abstracción, es una construcción teórica a partir del comportamiento de los individuos de un grupo. Por tanto nuestro conocimiento de la cultura de un grupo va a provenir de la observación de los miembros de ese grupo que vamos a poder concretar en patrones específicos de comportamiento. Herrero J. (2002, pág. 1)

Es un grado de utilidad o aptitudes de las cosas, para satisfacer las necesidades o dar bienestar. Por la cual obtenemos cualidades de las cosas, en virtud de la cual se da para cierta integridad o algún equivalente. Este concepto abarca contenidos y significados distintos y ha sido abordado desde diversas perspectivas y teorías. El valor se refiere a una excelencia o a una perfección. La práctica del valor desarrolla la humanidad de la persona, mientras que el contra valor lo despoja de esa cualidad. Desde un punto de vista socio-educativo, los valores son considerados referentes, pautas que orientan el comportamiento humano hacia la transformación social y la realización de la persona. López, R., (2011, págs. 4-5)

El termino valor tiene diferentes ideologías y conceptos sin embargo los valores influyen en el comportamiento de las personas en sus prioridades y relaciones, son principios morales y éticos.

Educación significa socializar, es decir, transformar al educando en un ser social, en parte constitutiva de una comunidad humana particular, paso imprescindible y único modo posible para hacerlo representante y partícipe del género humano. Por esa razón, la educación constituye el mecanismo fundamental para la conformación de una identidad propia, proceso que conduce no sólo al auto reconocimiento del individuo como personalidad única e irreplicable, sino también

al sentimiento de pertenencia a grupos humanos que van desde los más particulares hasta los más universales, desde la familia; pasando por otras identidades como la de generación o unidad, comunidades hasta llegar al género humano.

Educación en valores, se señala que la educación en nuestros países por una parte, debía convertirse realmente en universal y estar al alcance de todos y, por otra, formar una ciudadanía más competitiva. La educación no puede formar universalmente para competir porque para que unos ganen otros tienen que perder, por lo que la eficacia universal de la educación quedaría siendo de antemano irrealizable. Educar para formar hombres competitivos exige no una educación universal, sino elitista. Fabelo, José (2004, págs. 243-251)

Educación es parte de nuestra cultura, es así que todos los seres humanos pasamos por distintas etapas de aprendizaje, socializamos en la calle, en el trabajo, en un centro comercial, lo cual nos hace merecedores del respeto de las demás personas, la personalidad es diferente de cada persona unos quizás sean más respetuosos que otros, en sí los valores que tenemos son el reflejo de la buena o mala educación que recibimos en nuestro hogar, nuestros padres que fueron nuestros primeros maestros.

### Metodología, modelo operativo

FASES	ACTIVIDADES	RESPONSABLES
<b>I. Conocimiento preliminar.</b>	Reseña histórica. Logo de la entidad. Misión, visión. Organigrama estructural.	Investigador. Secretaria General de la Unidad Educativa Mayor Ambato.
<b>II. Estrategias de fortalecimiento institucional.</b>	Enfoque a la comunicación Enfoque a los valores.	Investigador.
<b>II. Diseño de plan de comunicación institucional.</b>	Antecedentes. Estudio de Mercado. Objetivos. Población Objeto. Estrategias y acciones. Cronograma. Control y seguimiento.	Investigador Rector de la Unidad Educativa Mayor Ambato.

Tabla N° 39 Modelo operativo  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

## **FASE I: Conocimiento preliminar de la Unidad Educativa Mayor Ambato**

### **Reseña Histórica de la institución**

La Unidad Educativa Mayor Ambato, fue creada mediante decreto expedido por la Asamblea Nacional constituyente con fecha 12 de Febrero de 1947, respondiendo a la necesidad de que exista en la ciudad de Ambato, una institución educativa especial para señoritas, nombrando a la Rectora, la maestra Doña Georgina Hurtado de Rivas, como su primera rectora, contando con aproximadamente 139 alumnas y 9 docentes, funcionando en una calle particular ubicada en las calles Rocafuerte entre Castillo y Guayaquil.

En el año 1968 se crea la Sección Nocturna, tanto el ciclo básico como el bachillerato.

El 9 de julio de 1993, el Colegio Ambato, pasa a funcionar como Colegio Experimental según Acuerdo N° 3452 expedido por el Ministerio de Educación.

El 28 de Marzo del año 2008, se denomina Colegio Nacional Experimental Ambato, y obtienen el Certificado de autorización para ofrecer el Programa del Diploma del Bachillerato Internacional a partir del año lectivo 2008-2009.

El 30 de Septiembre del año 2013, mediante Resolución N° 1146-CZE3-2013, emitido por la Coordinación Zonal N°3, Ministerio de Educación, se fusionan los planteles educativos que a continuación se nombran: Escuela de Educación Básica Jorge Carrera Andrade, Eugenia Mera y el Colegio Nacional Experimental Ambato, que a partir de esa fecha se denominará Unidad Educativa Mayor Ambato.

El 16 de Marzo del año 2015, mediante resolución N°048-DD-18d01-2015, el Dr. Enrique Ávila Granda, Director del Distrito Educativo 10D01, Resuelve cambiar la denominación a Unidad Educativa Mayor “Ambato”.

En la actualidad la Unidad Educativa Mayor Ambato, brinda los servicios educativos:

- a) Desde la educación Inicial, hasta el tercero de bachillerato General Unificado en Ciencias y Técnico.
- b) Programa del Diploma del Bachillerato Internacional.
- c) Se labora en jornada matutina y vespertina
- d) Educación General Básica Superior Flexible comprendida entre las edades de 15 a 21 años, se trabaja Jornada matutina y nocturna.

Finalmente en el año 2016 existen aproximadamente 4083 estudiantes, 163 docentes, 6 administrativos y de servicio.

#### **6.7.1.2 Logo de la entidad**

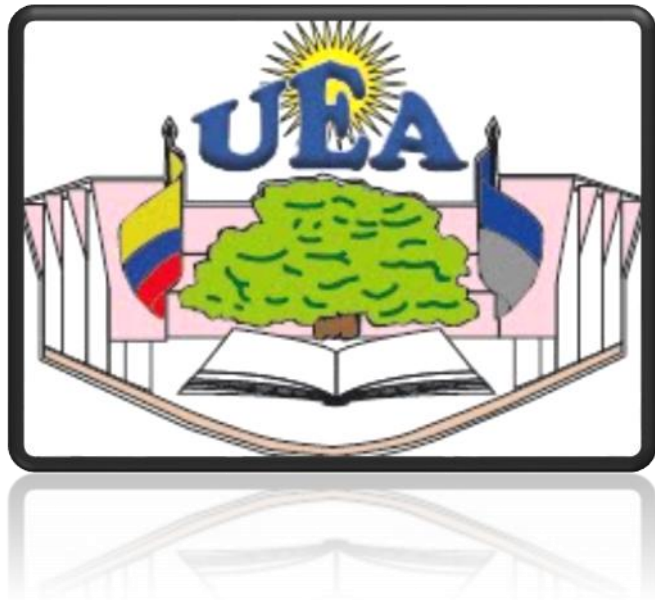


Gráfico N° 40 Logo de la Unidad Educativa Mayor Ambato  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

## Misión y Visión



Gráfico N° 41 Visión y Misión de la Unidad Educativa Mayor Ambato  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

## Organigrama Estructural

Se presenta primero las autoridades de la institución, y posteriormente el organigrama estructural de la misma:

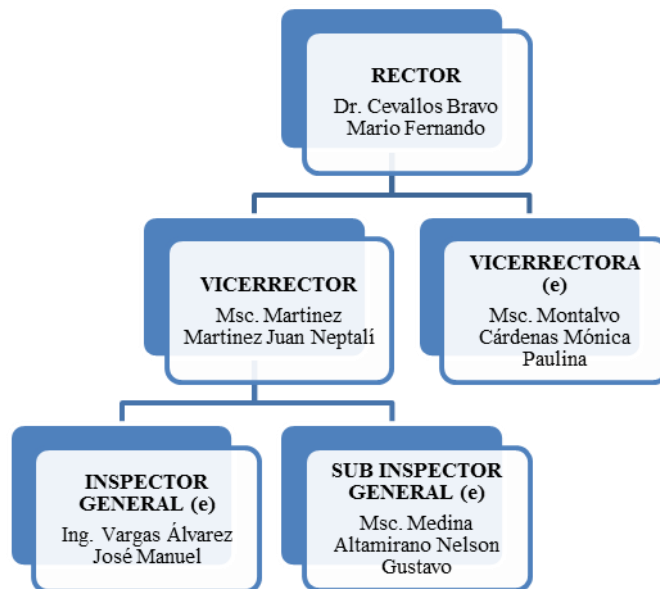


Gráfico N° 42 Autoridades de la Unidad Educativa Mayor Ambato  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

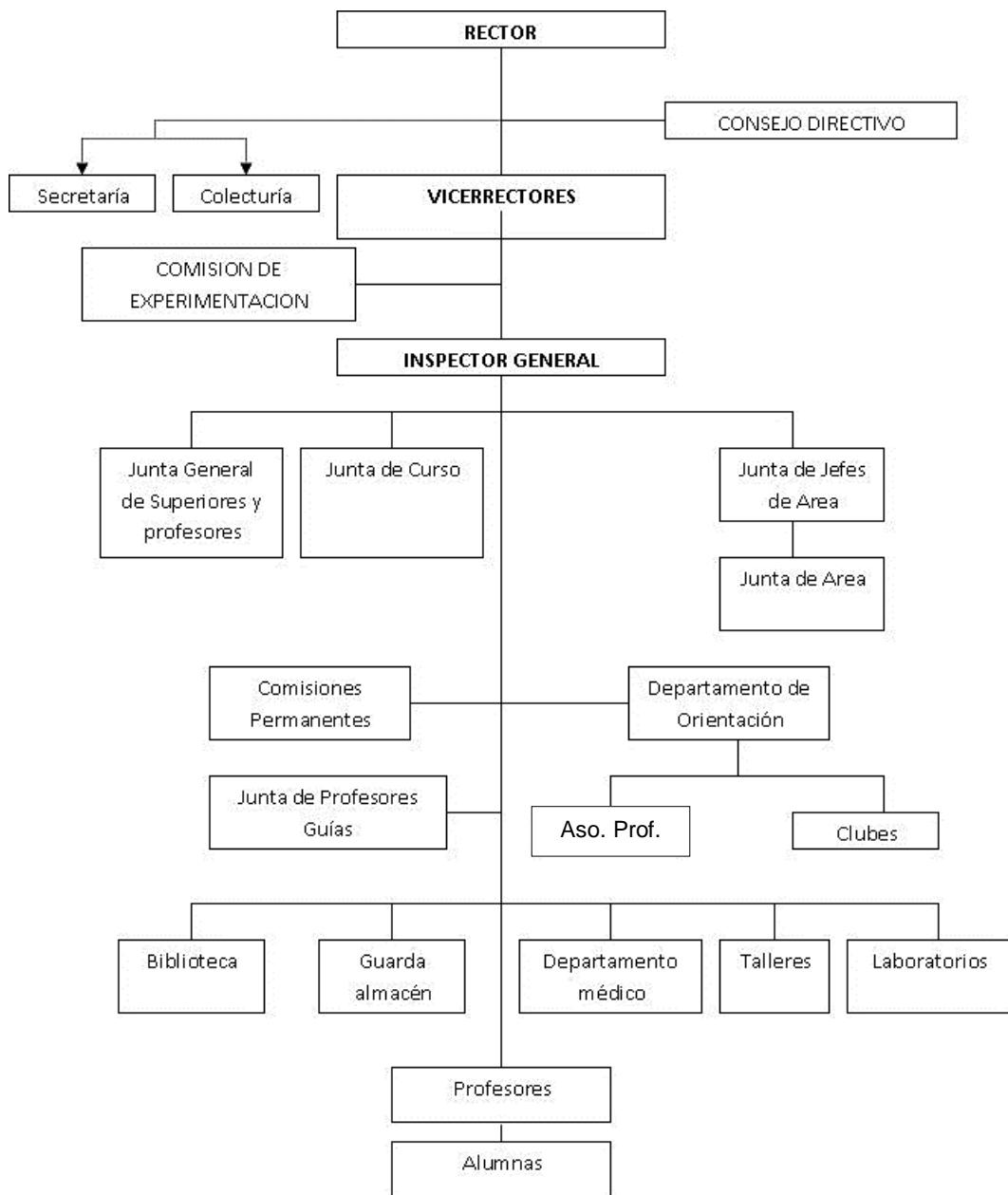
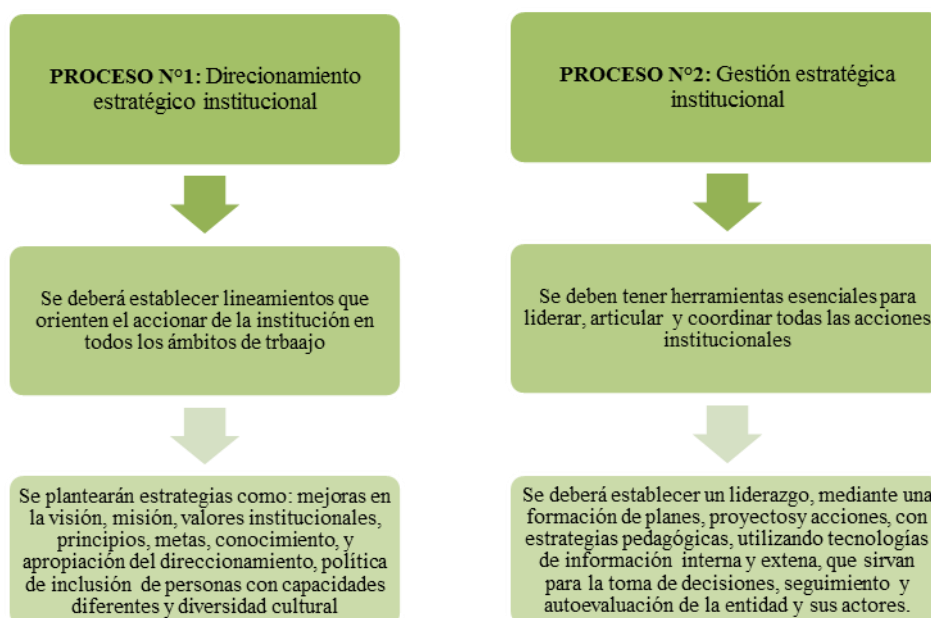


Gráfico N° 43 Organigrama estructural de la Unidad Educativa Mayor Ambato  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

## Fase II: Estrategias de fortalecimiento institucional

Dentro de las estrategias de fortalecimiento institucional se plantearán procesos en función de la comunicación y los valores que a continuación se detallan:

### Enfoque a la comunicación:



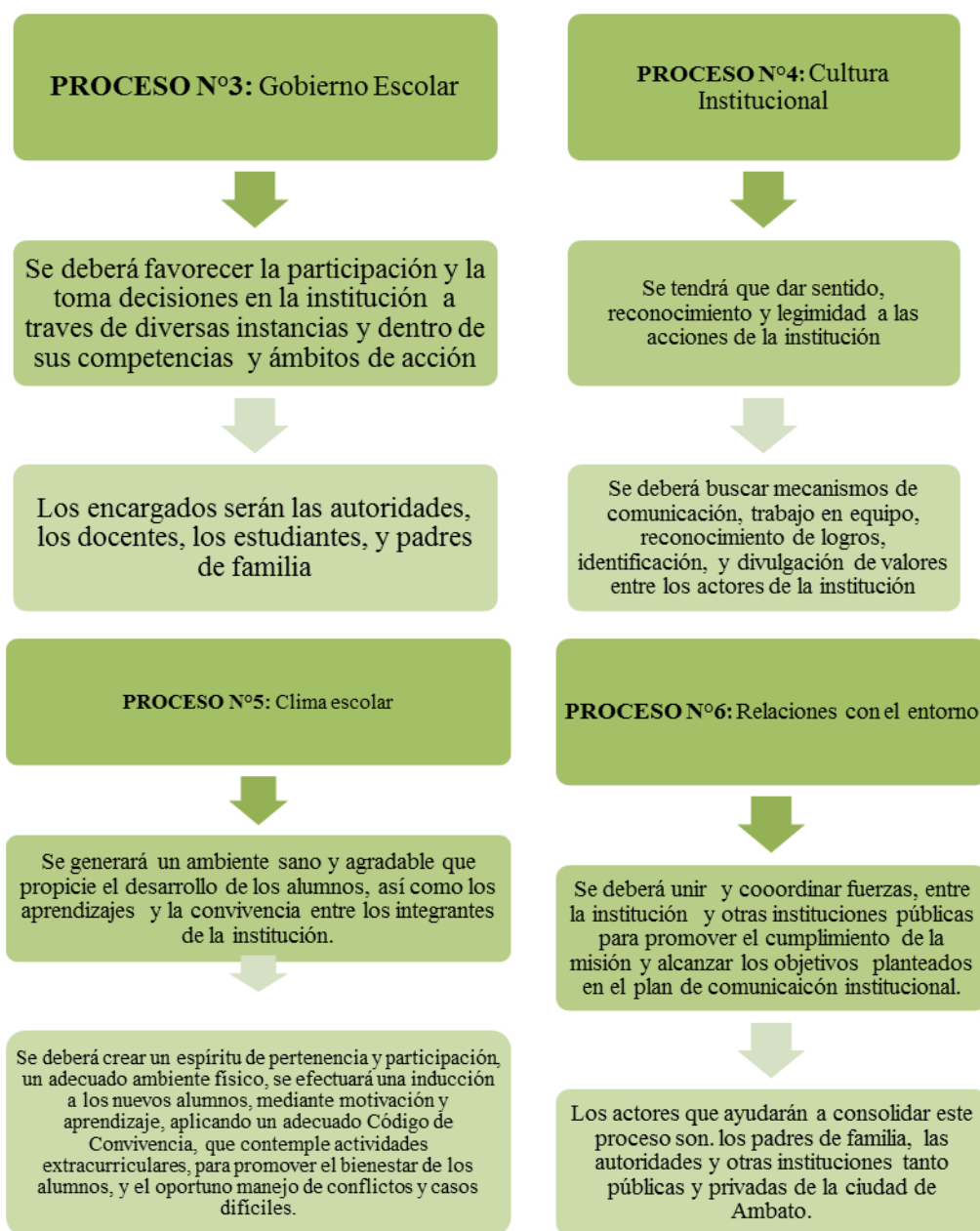


Gráfico N° 44 Procesos de comunicación de la Unidad Educativa Mayor Ambato  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

Las estrategias deben ser claras y deben contener objetivos a seguir para el desarrollo de la comunicación en la institución:

- **Estrategia de promoción del plan de comunicación N°1:** Deben actuar los equipos directivos mediante la elaboración de políticas para la inclusión, además se deberá efectuar alianza con grupos no gubernamentales como



ONG, grupos prioritarios, y finalmente se deberán establecer equipos técnicos, mediante procesos educativos para promover la inclusión.

- **Estrategia de expansión del plan de comunicación N°2:** Se deberán establecer un proceso gradual a nivel de las instituciones educativas de la ciudad de Ambato, como también la implementación de currículos pertinentes en lo que respecta a flexibilidad en edad, ritmos, y en metodologías adecuadas, fortalecer el liderazgo y el proceso de gestión de la educación educativa, y el diseño de materiales educativos de apoyo a la gestión.
- **Estrategia basada en difundir una campaña dirigida al servicio educativo inclusivo:** Se plantearán una campaña de motivación una cultura inclusiva, mediante la promoción del reconocimiento a la diversidad de la población, la elaboración de materiales educativos para los medios hablados y escritos, y aprovechar los medios de difusión local como la creación de una radio on line de los estudiantes, de la Unidad Educativa Mayor Ambato.
- **Estrategia basada en formación del talento humano:** Se basarán en establecer políticas para las áreas de educación, además se deberá fomentar un sistema articulado de formación inicial, además se deberá considerar la profesión docente en un sistema de relación del desarrollo de docentes, que establezcan evaluaciones de desempeño a los mismos, además que exista trabajo colaborativo, mediante redes y comunidades de aprendizaje, y trabajar con necesidades de transformación de las áreas del país.
- **Estrategia basada en la Guía Metodológica para la construcción participativa del Proyecto Educativo Institucional:** El mismo que establece lineamientos a seguir como: 1) Ser eje de la gestión institucional, 2) Aplicar actividades de intervención y participación de toda la comunidad educativa, 3) establecer líneas de comunicación efectiva, 4) Que exista coherencia entre la práctica institucional y las políticas educativas, y 5) Establecer una vinculación de las características del entorno, el mismo que deberá ser práctico, integrador, inclusivo, generador y flexible, que deberá

contar además con un proceso de sensibilización que contendrá, la información pertinente, una adecuada motivación, participación y que sirva para tomar decisiones acertadas en beneficio de la institución, para continuar con efectuar un compromiso de participación por parte de la comunidad, el equipo que lidere este proceso deberá organizar y planificar la construcción de la identidad institucional para finalizar con la construcción del plan de trabajo final que deberá empezar con analizar las premisas: ¿Quiénes somos?, ¿Para qué educamos?, ¿Qué y cómo hacemos?, ¿Qué nos proponemos?, y ¿A quién educamos?. Basado en la ("**Guía Metodológica para la construcción participativa del Proyecto Educativo Institucional**", 2013, pág. 22), del Ministerio de Educación.

Sumado a esto se deberá establecer la metodología de autoevaluación institucional basada en los siguientes parámetros:



Gráfico N° 45 Pasos de la metodología de autoevaluación institucional del Ministerio de Educación.  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

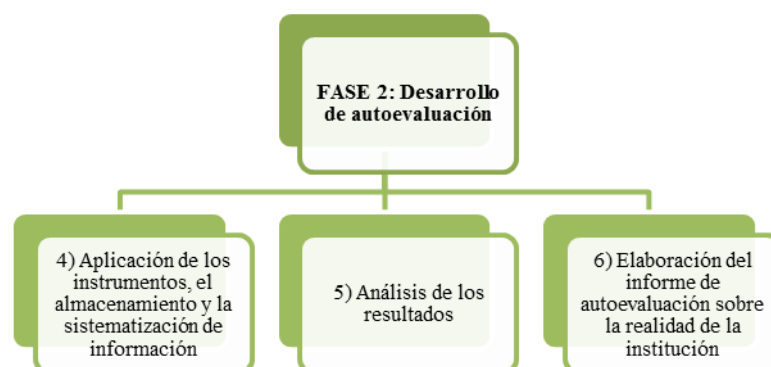


Gráfico N° 45 Pasos de la metodología de autoevaluación institucional del Ministerio de Educación.  
Elaborado por: Darío León R. (2016)

### **Enfoque a los valores:**

En base a los valores se planteará un esquema de las estrategias prácticas a seguir:

<b>Métodos de autoconocimiento y clarificación de valores.</b>	<b>Ejercicios de frases inacabadas.</b> <b>Preguntas esclarecedoras.</b> <b>Hojas de valores.</b> <b>Ejercicios auto expresivos.</b> <b>Ejercicios autobiográficos.</b>
<b>Estrategias para el desarrollo del juicio moral.</b>	Discusión de dilemas morales. Diagnóstico de situaciones.
<b>Estrategias para el desarrollo de la capacidad de toma de perspectiva social y empatía.</b>	Role playing: Simular una situación en la vida real. Role model: Ejemplos de personas como modelo de vida a seguir.
<b>Estrategias para la comprensión crítica de la realidad.</b>	Diálogos a partir de un texto. Escribir para comprender críticamente
<b>Enseñanza de habilidades para el diálogo y la comunicación.</b>	Ejercicios de capacidades dialógicas saber escuchar y expresar, respeto, análisis de alternativas. Técnicas de resolución de conflictos.

**Fuente:** (Rojas G, 2015, pág. 1)

Adicional a las estrategias planteadas que se aplicarán en la institución en general, se contemplará estrategias prácticas aplicables en las aulas, detallando las siguientes:

<b>Nº 1 Enseñanza a través de películas que reflejen los valores que se quieren impulsar</b>	<b>Nº2 El cuento</b>	<b>Nº3 Role Playing</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observar, comprender y hacer una reflexión crítica y creativa de los valores universales, que fomente el desarrollo de la persona intelectual y reflexiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sirve para todas las edades, y son portadores de mensajes formativos, como: honestidad, justicia, solidaridad y familia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son situaciones reales donde estudiantes responderán espontáneamente que harían en los siguientes casos y porqué es importante exaltar estos valores.</li> </ul>

<p><b>N° 4 Desarrollo del espíritu autocrítico</b></p>	<p><b>N°5 Producción de historias de forma libre</b></p>	<p><b>N°3 Plan Maestro</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Se efectuará mediante tarjetas con patrones de conductas positivas y negativas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•De historias, fábulas, cuentos con valores como: paz, igualdad entre otros.</li> <li>•Ilustración de imágenes o fotografías que interpreten los valores que se quieren exaltar y su importancia: amor, paz, respeto a la naturaleza y honestidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Establecer valores con su actividad diarias y hacer una reflexión sobre los resultados.</li> </ul>

**Fuente:** (Rodríguez A, 2008, pág. 23)

### 6.7.3 Diseño de un plan de comunicación institucional para la Unidad Educativa Mayor Ambato.



#### A. Introducción

Para el desarrollo del plan de comunicación institucional con enfoque en valores, se ha seleccionado a la Unidad Educativa Mayor Ambato, ubicada en la ciudad de

Ambato, calles Av. Humberto Albornoz y Vargas Torres, caracterizada por ofertar dos tipos de bachillerato técnico y en ciencias, siendo el único colegio de la ciudad en ofertar además el bachillerato Internacional.

Corresponde a todo el equipo docente, directivos, padres de familia poner en práctica acciones que lleven a interiorizar los valores, creemos entonces que a través de este proyecto se ayude a los estudiantes a que aprendan a hacer juicios morales, dándoles un conjunto de herramientas que les ayude a analizar los valores que creen tener y los valores por los que viven realmente.

Las tareas a desarrollar en un plan tienen relación, al hecho de que un grupo social que no se limita tan solo a aplicar sus normas y pactos de convivencia, que haga de sus valores una presencia cotidiana, es un grupo eficaz para sus integrantes que se sienten orgullosos de pertenecer al mismo y construyen dentro de la sociedad un lugar un espacio claramente reconocido capaz de llevar a que dichos valores o algunos de ellos sean asumidos por toda la comunidad como propios o por lo menos hacer que grupos sociales a los cuales les son extraños y contradictorios esos valores deban asumir una actitud cuidadosa frente a ellos.

## **B. Estudio de Mercado**

Algunos de los datos que se pudieron extraer del estudio del entorno o mercado se extrajeron los puntos críticos detallados a continuación:

- El tiempo de vinculación con la institución de los docentes y personal administrativo oscila entre uno y dos años, esto quiere decir que conocen a la institución muy poco y aún no se han insertado en el área comunicacional, más bien se han preocupado por funciones de área.
- La mayoría de encuestados indicaron que en efecto existe un plan de comunicación pero está desactualizado y no se lo pone en práctica.

- Los medios más utilizados para la comunicación dentro de la institución son las carteleras, correo electrónico, boletines, por lo que son medios insuficientes para llegar con información útil a los estudiantes.
- Los alumnos encuestados mencionan que aún no se han determinado las necesidades y expectativas del público objetivo.
- Existe una discriminación al personal de servicio por parte de algunos docentes.
- Las prioridades basadas en el análisis y diagnóstico de la situación actual de comunicación de la institución son aplicadas ocasionalmente en el colegio.
- La única vía de comunicación en los docentes son los correos electrónicos.
- Según los datos de la encuesta, los docentes efectivamente tienen una formación en valores sin embargo no han hecho nada por guiar y fomentar en los estudiantes.
- Las charlas sobre valores establecidas en la institución son ocasionales.
- No hay actividades de fomento de la unión y compañerismo entre docentes, peor aún con los administrativos y de servicios.
- No se fomenta el trabajo en equipo, tampoco se han impartido talleres de comunicación interna, entre padres de familia, docentes, autoridades y estudiantes.
- No se ha nombrado a un mediador de conflictos, en situaciones adversas en seguida se pasa a Rectorado.
- Actualmente existe un código de convivencia, sin embargo no se lo ha socializado.
- Se evidencia la presencia de una línea de mando dictatorial, y poco flexible, donde se impone, mas no se escucha sugerencias y opiniones de los diferentes actores de la institución.
- No se han planteado estrategias de mejora institucional en la Unidad Educativa Mayor Ambato.

### **C. Objetivos: De posicionamiento**

La Unidad Educativa Mayor Ambato, pretende mejorar y potenciar la imagen de la institución y posicionarse en la mente de la población Ambateña, como una institución que fomente valores y forme nuevos profesionales bachilleres humano y éticos.

### **De rescate de valores**

Como objetivo del rescate de valores, la institución se marca los siguientes:

- Promover en los alumnos y padres de familia la práctica de los valores humanos, con miras a un mejor desempeño, dentro de la institución y en la sociedad como tal.
- Motivar a los alumnos y padres de familia a través de videos, charlas, conferencias, role playing (técnica de dramatización o simulación de juego de roles), que contengan mensajes alusivos a los valores, al buen comportamiento y la práctica de estos.
- Utilizar estrategias tecnológicas que permitan la adquisición y refuerzo del conocimiento de los valores en los alumnos y padres de familia.

### **De comunicación**

Dentro de los objetivos de comunicación se destacan los siguientes:

- Generar conocimiento y notoriedad de la institución y su prestigio.
- Posicionar la imagen de la unidad educativa, como referencia en el cantón Ambato y en la provincia.
- Conectar con el target a través de un mensaje emocional.

- Formar bachilleres comunicativos y capaces, con espíritu asertivo de apoyo y ayuda a los demás, y retribución a la sociedad de los conocimientos impartidos y los valores inculcados.

#### **D. Población objeto**

Es importante definir el público objetivo de la Unidad Educativa Mayor Ambato en base a criterios demográficos (edad, nacionalidad, sexo), socioeconómico o pictográficos (estilos de vida).

De forma resumida a continuación se puede identificar los principales públicos objetivos de la institución:

**Infantil:** niños/as de 2 a 11 años en edad de aprendizaje.

**Jóvenes:** Adolescentes de 12 a 18 años

Es importante tener en cuenta que el sujeto de nuestro trabajo son los estudiantes de Inicial I a terceros años de bachillerato, cuyas edades oscilan entre los 4 y los 11 años en primaria y los de 12 a los 18 años en secundaria, edades en que los jóvenes hay que prestarles demasiada atención puesto que su comportamiento característico de adolescente producen gran impacto en el medio familiar, escolar y social; generando situaciones conflictivas, dificultades de convivencia familiar y social, inestabilidad e inseguridad, hechos antisociales, y en general grandes alteraciones de conducta; debido a la limitada participación de los padres en la formación de sus hijos, el uso inadecuado del tiempo libre, déficit en áreas recreativas y deportivas, alcoholismo y drogadicción, bajo nivel económico, baja autoestima, mal manejo de la autoridad en los adultos y como consecuencia de lo anterior el bajo rendimiento académico y las deserciones y fugas de los alumnos en horarios normales de clases.

Es importante anotar que las familias de la Unidad Educativa Mayor Ambato provienen la mayoría de un estrato socioeconómico medio y bajo. Por la descomposición familiar que existe en estas familias, se ha perdido el horizonte y no



se forma en valores; hay niños y niñas que crecen sin ideales y buscan desde temprana edad conseguir medios de subsistencia en la calle y así crecen sin sentido de pertenencia, manifestándose en la carencia y en la agresividad de los niños y niñas con su compañeros (as) de clases y el desinterés en las actividades académicas.

### **Mensaje.**

La Unidad Educativa Mayor Ambato, es una institución que siente y fomenta los valores como solidaridad, equidad de género, compañerismo, unión, paz, amistad etc.

### **Estrategia**

Se ofertarán las estrategias detalladas en la Fase II de la presente investigación, puesto que estas harán hincapié en ofrecer varias alternativas de mejoramiento de la comunicación y el recate de valores.

### **Los planes de comunicación**

#### **Comunicación corporativa**

- **Estrategia**

Diferenciación del resto de unidades educativas públicas como privadas, a través de la identidad corporativa y el posicionamiento.

- **Acciones**

Desarrollo de cartelera y señalética corporativa para la institución

Mejoramiento y actualización de la página web institucional, diseño de los contenidos y funcionalidades.

#### **Comunicación externa**

Se va a desarrollar y poner en marcha la comunicación externa con la finalidad de contribuir a la consecución de los objetivos marcados.

- **Estrategias de marketing**

Se desarrollara una estrategia de marketing directo y relacional, además de una estrategia de posicionamiento de la imagen de la institución.

- **Estrategias de publicidad**

Se empleará una estrategia below the line, con el empleo de medios de comunicación no convencionales, como redes sociales, blogs etc.

- **Estrategias de internet**

Se llevara a cabo una estrategia de registro en buscadores, anuncios en páginas web.

### **Acciones**

- Se creará un club de Radio on line. Para difundir el nuevo plan de comunicación y el código de convivencia en toda la institución
- Creación de folleto mensual, para envió on-line y una pequeña tirada, que recoja las últimas novedades sobre los estudiantes más destacados y los docentes con mayor compromiso con la institución.
- Se desarrollaran dos campañas de publicidad (navidad, verano), así como una mini campaña (San Valentín) para incentivar la comunicación y fomentar valores como la amistad y la solidaridad.
- Se organizaran actividades de cuentacuentos para los niños pequeños con carácter quincenal. Y se empleara un pequeño espacio en la librería de reposo, donde se invitará a los padres de familia para inculcar valores.
- Se diseñara un CD interactivo complemento al proceso de aprendizaje y con juegos educativos para los más pequeños y de dinámicas con estrategias como el role playing para los más grandes.

### **H. Comunicación interna**

### **Estrategias**

Se seguirá una estrategia de medios de comunicación masivos, donde será el Rector de la Unidad Educativa Mayor Ambato, la persona encargada de desarrollar la comunicación interna.

### **Acciones**

- Desayuno de trabajo todos los viernes para fomentar el avance de las estrategias aplicadas en las aulas por parte de los docentes de las acciones puestas en marcha.
- Creación de un buzón de quejas y sugerencias.
- Reunión bimensual con cada docente y representantes estudiantiles de cursos para analizar sus inquietudes, necesidades de formación y su motivación.

### **Estrategias**

Fomentar Políticas institucionales para la toma de decisiones consensuada por parte de la Unidad Educativa Mayor Ambato y sus autoridades.

### **Acciones**

- Educar y que debe hacerse explícita en el Plan de Comunicación Institucional.
- Adecuación del Código de Convivencia conforme a los valores en los que se va a educar en la institución.
- La organización y el funcionamiento de la vida escolar deben ser siempre coherentes con aquellos valores que se consideran como básicos para la convivencia.
- Dentro de los contenidos de las áreas, especialmente en la perspectiva actitudinal, a través de los temas transversales, mostrar aceptación y respeto hacia uno mismo y auto reflexionar sobre los propios comportamientos.

- Aceptar las normas consensuadas sobre el funcionamiento del Código de Convivencia y colaborar en su cumplimiento, lo mismo con el Plan de Comunicación.
- Valorar el espíritu de colaboración por encima del espíritu de competición.
- Para los alumnos responsabilizarse de mantener el orden, pulcritud y cuidado de los materiales, instalaciones y lugares propios y colectivos de la institución educativa.
- Mostrar autonomía y decisión en las iniciativas propias, al margen de influencias procedentes de otras personas. Ser capaces de rectificar y modificar, cuando sea necesario, nuestra actitud.
- Apreciar la constancia y pulcritud en la realización y presentación de trabajos.
- Por parte de los docentes, valorar positivamente la imaginación y la creatividad.
- Expresar el amor a las personas que los rodean.
- Diseñar un modelo de trabajo a través del cual se dé cabida al análisis de la filosofía institucional, desde la perspectiva de la formación en valores: Aprender a ser, a hacerse y a aprender, permitiendo establecer relación directa, para llegar a determinar factores organizacionales de planteamiento, ejecución, control y evaluación, que conduzcan a un cambio de la actitud de los estudiantes.
- Establecer una relación docente-alumno basada en el dialogo la cooperación y la apertura permanente; la búsqueda de posiciones interdisciplinarias; el énfasis en el diseño de nuevas estrategias metodológicas; la construcción de experiencias de aprendizaje novedosas.

- Intentar hacer de esta institución una escuela para la comunidad y lograr una educación no como un fin sino como un medio para lograr un verdadero desarrollo personal y social.
- Hacer de la institución un lugar de continua reflexión crítica de los ambientes de aprendizaje, de planeación, organización, evolución, y renovación como algo propio, único e inconfundible.
- Que el 80% de los padres de familia logren cambiar la actitud de relación con sus hijos (as) y la institución.
- Que el estudiante pueda verse como un ser lleno de valores para que crezcan seguro y fortalezca las posibilidades de ser una persona feliz.
- Propiciar un ambiente de participación de compromiso con la comunidad, que implique la captación autónoma de responsabilidades para acercarse a la vida democrática; en un ambiente de respeto, solidaridad y ayuda mutua.
- La transformación paulatina del estudiante en un coautor del trabajo escolar.
- Generar en los estudiantes los valores que le permiten como una persona y contribuir al desarrollo social.
- La institución debe estar orientada hacia la formación de ciudadanos solidarios, críticos y responsables para lograr una sociedad auténticamente humana.

## **I. Comunicación de crisis**

La Unidad Educativa Mayor Ambato es una institución que no ha considerado hasta el momento ningún aspecto de comunicación de crisis ante cualquier posible situación.

## **Estrategias**

Según el caso concreto que surja se llevará a cabo la mejor de las estrategias posibles, siempre tomando como referencia criterios de responsabilidad, ética y transparencia en la información.

## **Acciones**

Se designará el comité de crisis (2 personas) y se redactará un pequeño manual ante posibles situaciones, cómo actuar y quién será el portavoz.

Se designará un mediador de conflictos para solucionar los mismos antes de ir a instancias superiores.

## **J. Técnicas de Grupo**

**Dilema:** Ante un planteamiento, se sugiere dos o más caminos para lograr su solución.

**Diálogos clarificadores:** Se basan en una serie de puntos o ítems que, ante un tema o cuestión determinada, tiene como objetivo pensar a los alumnos y aplicar las autorreflexiones.

**Simposio:** Desarrollar un tema o exponer una opinión por un grupo reducido de alumnos que lo han preparado con anterioridad; cada uno de ellos se encarga de un tema determinado.

**Mesa redonda:** parecida al simposio pero aquí los alumnos intervienen, sucesivamente, defendiendo posiciones divergentes, contradictorias, coincidentes, sobre un mismo tema.

**Panel:** Consiste en debatir de manera informal. Hay un moderador que se limita a presentar el tema y a resumir las conclusiones.

**Debate:** Dos alumnos se han preparado y presentan dos opiniones diferentes y mayoritarias dentro del grupo. Ante la asamblea presentan razones para hacer prevalecer su opinión y convencer a los demás.

**Seminario:** En grupo de diez o doce personas discuten un problema que interesa a todos. Hay un moderador o presidente para dar turnos de palabra. Un relator o secretario tomará nota para poder, al terminar, hacer la exposición al resto de la clase.

**Brainstorming (Lluvia de ideas):** muy interesante para estimular la creatividad de los alumnos, puesto que son muy pocos, cada cual puede expresar su opinión. El estudio de casos se hace desde todos los puntos de vista.

**Role playing:** Es una representación de situaciones, se reparten los papeles o roles diferentes entre diversos alumnos, según las situaciones o actitudes que más interesen a la clase.

**Entrevista:** un(a) alumno(a) nombre de los demás hace una entrevista a otro (a) ya sea su compañero(a), profesor (a), después expondrá el resumen de la entrevista a los demás.

## **K. Estrategias para fomentar valores institucionales**

Se ha desarrollado una Escala de Valores Institucionales. Donde la propuesta es trabajar de acuerdo al anterior contexto y como material de apoyo: videos, conferencia, desarrollo de la cartilla de valores, charlas entre otros.

- **La convivencia** (Siete aprendizajes básicos para la convivencia)

- **Sentido de pertenencia:** Consigo mismo y con el entorno (Identidad, Autoestima, responsabilidad, Aprobación)
- **Equidad:** Amistad, respeto, igualdad, honestidad.
- **Amor y felicidad:** Ternura, tolerancia, paciencia.
- **Dialogo y comunicación.**
- **La libertad:** Autonomía y Responsabilidad.
- **La Paz.**
- **Puntualidad.**

Todos estos valores trabajados con cuentos, gráficas, videos, charlas entre otros, seleccionados para cada valor, de donde los estudiantes elaboraran su propio Código de Ética por curso.

#### **Competencias y logros sugeridos para desarrollar algunos valores.**

- Valoración del lenguaje oral y escrito como instrumento primordial de la comunicación humana.
- Interés y gusto por expresar las ideas propias, sentimientos y fantasías mediante los diferentes géneros literarios.
- Audición atenta y crítica.
- Respeto al turno de la palabra, a las intervenciones e ideas.
- Interés por participar y hacerse entender.
- Sentido crítico ante las producciones escritas publicitarias y medios de comunicación masivos.
- Respeto por la pluralidad cultural y valoración de la propia identidad.
- Valoración y adopción de hábitos de cuidado, limpieza y salud.
- Respeto por las normas que hacen referencia a la conservación de materiales, a la seguridad e higiene.
- Responsabilidad en cuanto a establecer relaciones con las personas y el medio.
- Respeto por el patrimonio natural, por uno mismo y por los demás.
- Sensibilidad por el orden y limpieza del lugar de trabajo y del material utilizado.



- Participación en la vida colectiva respetando las normas de convivencia.
- Valorar las tareas encaminadas a lograr la paz y el bienestar.
- Respeto a los seres vivos en general.
- Valorar la importancia de los avances científico tecnológico en la mejora de la calidad de vida.
- Valoración de la voz como instrumento de expresión y comunicación.
- Inquietud para experimentar.
- Sensibilidad hacia el mundo del arte y de la imagen.
- Valoración y respeto hacia las personas, sus obras y manifestaciones artísticas.
- Gusto por el cuidado del cuerpo.
- Valoración de la importancia de un desarrollo físico equilibrado.
- Actitud de respeto a las normas y reglas del juego.
- Aceptación y respeto de las normas para la conservación y mejoramiento del mundo natural.
- Aceptación y respeto del propio cuerpo.
- Esfuerzo para vencer las dificultades superables.
- Respeto por el entorno.
- Sensibilidad e interés por las informaciones y mensajes de naturaleza numérica, apreciar la utilidad de los números en la vida cotidiana.
- Interrogación e investigación ante cualquier situación, problema o información contrastable.
- Organización del trabajo, planteamiento, resolución, verificación de resultados y valoración de su significado.
- Consideraciones de los errores como estímulo para nuevas iniciativas.
- Crítica ante el entorno y responsabilidad en la participación y colaboración.
- Confianza en sí mismo y en las propias posibilidades delante de los demás.
- Respeto, aceptación y estima hacia el otro.
- Actitud respetuosa ante los diferentes sexos y razas.
- Velar por las facultades de aprender.
- Facilitar al estudiante que aprenda a aprender.
- Desarrollar la creatividad crítica.

- Motivar para el aprendizaje.
- Hábitos escolares, dialogar y compartir.
- Valoración del compromiso, la solidaridad y la dignidad de la persona.
- Aceptación de símbolos, actitudes y normas religiosas.
- Respeto hacia los lugares sagrados y los hechos religiosos.
- Valorar las actitudes de la vida cotidiana y del estudio.

## I. Calendario

Se debe diseñar un calendario donde se recojan a nivel temporal cada una de las acciones que se pongan en marcha. Como ejemplo se puede tomar el siguiente donde se recogen otros datos de interés.

Soporte	Tipología	Difusión	Audiencia	Coste Unitario	Calendario			N° de inserciones	Total de la tarifa
					1	2	3		
Prensa									
Diario El Heraldo	Comunicacional						x	1	
E-mail marketing									
Envío	Día del Maestro						x	1	

En base al modelo de tabla expuesto anteriormente, a continuación un ejemplo de tabla resumen de todas las inserciones de la campaña.

Soporte	N° de interacciones	Audiencia %	Total de la tarifa %
---------	---------------------	-------------	----------------------

Prensa					
Revistas					
Radio					
TV					
Internet					
Exterior					
Otros medios					
Total					

**Elaborado por:** Darío León R, (2016)

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA FOMENTAR LOS VALORES</b>		
<b>MES</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PROCESO</b>
Septiembre	Interiorización de los valores por parte de los docentes.	Proponer estrategias de intervención en el aula, promover el trabajo individual y en grupo, valorándolas conjuntamente, estructurándolas a cada situación en particular.
Octubre	Gestión de la sinceridad y la autoestima.	Lectura y reflexión del cuento El patito feo I, en pro de valorar que ser sincero es difícil pero redundante a la larga, el beneficio de todos. Optimizar las relaciones personales a través del conocimiento y la aceptación de uno mismo y ver el lado positivo de cada situación.
Noviembre	Promover el respeto y la Cooperación.	Evaluar y generalizar la definición de respeto que tiene cada miembro del grupo. Luego de esto crear un decálogo donde estén plasmadas las estrategias de cambio. Lectura del cuento ¿Qué hacen los otros por mí? Formular a los estudiantes preguntas que permitan la reflexión de cuánto cooperamos y de cuántas veces los han ayudado cuando lo han necesitado.
Diciembre	Trabajo sobre la Responsabilidad y la Paz.	Interiorizar y recordar todas nuestras responsabilidades mediante la lectura de El cuento de la Tortuga. Capacitar al alumno para que intuya, con la lectura y reflexión del cuento La Niña Invisible, que su participación en la paz es importante y fundamental y que creen estrategias para incluirse en los procesos de cambio.
Enero	Promoción de la amistad y el dialogo.	Establecer cómo y por qué el dialogo actúa como valor dentro de un grupo y qué oportunidades brinda para superar obstáculos. Descubrir las ataduras que nos impiden dialogar.

		Reconocer, mediante la lectura del texto La Nube y el Sol, que el dialogo incide en la amistad porque comunicándonos esta se fortalece, pero callar, a veces la dificulta. Apreciar el valor de la amistad en el desarrollo de la personalidad.
Febrero	Evaluación general del desarrollo del proyecto y el logro de sus objetivos. Debilidades, fortalezas, sugerencias y ajustes.	Cada docente comentará su experiencia durante el desarrollo del proyecto de ética y valores, la clave del éxito.

Elaborado por: Darío León R. (2016)

### **M. Presupuesto**

Para el desarrollo del Plan de Comunicación Institucional se ha marcado un presupuesto estimado de \$ 5.000 para abordar todas las acciones de comunicación.

Para afrontar la financiación de los \$ 5.000 se puede recurrir a financiación que ofrecen entidades públicas para el desarrollo de acciones de comunicación, como las ayudas del Ministerio de Educación y de entidades locales como el Gobierno Municipal de Ambato, como convenio de cooperación institucional.

### **N. Control y seguimiento**

Es necesario controlar y seguir cómo se van desarrollando las acciones y medir el impacto generando con el objetivo de poder tomar decisiones y acciones de mejora para la consecución de los objetivos. Para el desarrollo de las actividades propuestas se cuenta además de cada docente de área o tutor como responsable en primer orden, a los directores de grupo, coordinadores encargados de disciplina y otros.

Se ha dividido una hora de dirección de grupo semanal en cada aula, clase de Ética y Valores, actos cívicos y otros momentos extras destinados a charlas grupales e individuales.

Se tendrá en cuenta la buena o mala participación en el desarrollo de las actividades como también el cambio conductual de los estudiantes para hacerse acreedor de los siguientes estímulos y correctivos.

- Observaciones y nota definitiva en las áreas de ética, valores y comportamiento.
- Izada de bandera en los actos cívicos por sobresalir en la práctica de los valores trabajados en cada mes.
- Disminución en la nota de disciplina a quienes incurran en la práctica de antivalores, tendiéndose en cuenta la orientación dada al respecto.
- Disciplina y conducta excelentes para quienes cumplan y colaboren con los demás en la buena práctica de los valores humanos trabajados en las actividades del proyecto.
- Constancia en hojas de vida sobre el comportamiento del estudiante frente a los valores incrementados o antivalores extinguidos a través del desarrollo del proyecto.
- Se expedirán menciones de distinción a los estudiantes que se destaquen por su activa participación en el desarrollo de las actividades propuestas y que contribuyan al mejoramiento de una convivencia pacífica.
- Tendrán lugar en el cuadro de honor los nombres de aquellos estudiantes que a diario practiquen los valores inculcados.

### **Administración de la propuesta**

La administración de la presente propuesta está administrada de la siguiente manera, la investigación estará a cargo del Rector de la Unidad Educativa Mayor Ambato quien es la máxima autoridad dentro de la estructura de la misma, posteriormente con los docentes, alumnos, personal administrativo y padres de familia, a quienes va dirigida la presente investigación.

### **Previsión de la evaluación**

La propuesta estará bajo una estricta vigilancia y a la vez se evaluará mensualmente según el cronograma descrito, con el propósito de que los actores, socialicen y apliquen la presente propuesta, para de esta manera contribuir a mejorar la comunicación institucional y el fomento de valores.- Es importante recalcar que la presente propuesta está sujeta a cualquier cambio modificación o eliminación total o parcial siempre buscando el posicionamiento y mejoramiento de la imagen institucional de la Unidad Educativa Mayor Ambato.

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
<b>¿Quiénes solicitan evaluar?</b>	Rector El investigador
<b>¿Por qué evaluar?</b>	Es necesario para determinar los puntos críticos y las falencias de comunicación y la falta de difusión de valores.
<b>¿Para qué evaluar?</b>	Para establecer estrategias de posicionamiento institucional
<b>¿Qué evaluar?</b>	Los comportamientos y conductas de docentes, alumnos, autoridades y personal administrativo, y sus formas de comunicación internas
<b>¿Quién evalúa?</b>	El investigador y posteriormente rectorado
<b>¿Cuándo evaluar?</b>	Se evalúa constantemente de forma mensual el cumplimiento de estrategias y acciones planteadas.
<b>¿Cómo evaluar?</b>	Aplicación de estrategias, encuestas, entrevistas
<b>¿Con qué evaluar?</b>	Con técnicas de investigación como cuestionarios, o informes de cumplimiento

Tabla N° 40 Previsión y evaluación  
Elaborado por: Darío León R. (2016)



## BIBLIOGRAFÍA

- 1) Aguaded, J. (1997). *Educación en valores y Medios de Comunicación*. Mexico: Grupo Comunicar.
- 2) Aguilar et al, A. S. (2000). *Liderazgo valores y cultura organizacional*. México: Litográfica Ingramex ISBN 970-10-2362-5.
- 3) Ayala, E. (1996). *Nueva Historia del Ecuador, Vol. 9*. Quito: Grijalvo.
- 4) Bartoli A, A. B. (1992). "Rasgos característicos de la organización comunicante". En A. Bartoli, *"Comunicación y Organización: La Organización comunicante y la comunicación organizada"* (pág. 222). España: Paidós Ibérica, ISSN 9788475097558.
- 5) Bartolomé, A., & et al. (1996). Nuevas Tecnologías, Comunicación y Educación. *Revista de Tecnología Educativa*.
- 6) Bate, L. (1984). *Cultura y clases y cuestión étnico-nacional*. México: Juan Pablos.
- 7) Blanco, A. (2007). *Trabajadores competentes*. México: Esic.
- 8) Daburon, B. (2010). *El ordenador e internet*. Barcelona: Eni ediciones.
- 9) Del Campo Vega, M. (2004). *La motivación de la empresa*. La Plata: Alaic.
- 10) Díez, S. (2006). *Técnicas de comunicación*. Madrid: Ideaspropias.
- 11) El Heraldo. (2016). No solo enseñar valores sino practicarlos.
- 12) Fabelo, J. (2004). *Los valores y sus desafíos actuales*. México: Libros en red.
- 13) Fincowsky & Krieger. (2011). *"Comportamiento Organizacional, enfoque para América Latina"*. México: Pearson Educación ISBN:978-60732-02367.
- 14) Franky, M. (1997). *Cultura ciudadana*. Bogotá: En línea.

- 15) García J, F. (1992). *"Comunicación de masas y pensamiento"*. Argentina : Pirámide .
- 16) Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida*. Buenos Aires: Amorrortu.
- 17) Gómez, R. (2015). *Comunicación en lengua castellana*. Madrid: Ideaspropias.
- 18) Gou-Ming, C., & Starosta, W. (1998). *Foundations of Intercultural Communication*. México: Allyn and Bacon.
- 19) Hora, L. (15 de Septiembre de 2013). "Tungurahua: 104 mil estudiantes retornan a las aulas". *La Hora*, pág. 5.
- 20) Kossen, S. (1992). *La venta creativa*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- 21) López, R. (2011). *Educación en Valores*. Madrid: Adice.
- 22) López, R., Fernández, F., & Ángeles, D. (2002). *La prensa local y la prensa gratuita*. México: Humanitas.
- 23) Martín, F. (1995). *Comunicación en empresas e instituciones*. Madrid: Ediciones Univesidad Salamanca.
- 24) Mas Ruiz, F. (2010). *Temas de investigación comercial*. México: Club Universitario.
- 25) Méndez, C. (2014). *Los padres los primeros maestros*.
- 26) Monroy, A. (2001). *La formación de valores en los adolescentes*. México: Cempro.
- 27) Morales, R., López, A., & Ramírez, M. (2011). Estrategias de Comunicación para el Descubrimiento y uso de Recursos Educativos Abiertos. *REICE*.

- 28) Palacios, L. (2014). *Trabajo en equipo para la motivación laboral*. Obtenido de Piñuel, J. (1997). *Teoría de la comunicación*. Madrid: Síntesis S.A.
- 29) Rajadell, N. (2001). *Los procesos formativos en el aula* .
- 30) Robbins, S. (1998). *Fundamentos de comportamiento organizacional*. México: PPH.
- 31) Rodríguez, A., Bauza, E., & Marañón, E. (2006). La comunicación interna como un proceso dinamizador para fomentar valores institucionales y sustento de una identidad universitaria. *Revista Iberoamericana de Educación*.
- 32) Romero, X. (2003). *Quito en lo ojos de los viajeros*. Quito: Docutech.
- 33) Sanglas, T. (2008). *Marketing Directo para gran consumo*. Madrid: Gesbiblo.
- 34) Tamayo, T. (1997). *El proceso de la investigación científica*. México: McGrawHill.
- 35) Teixidó J, J. T. (1999). *"La Comunicación en los Centros Educativos"*. Girona: Departamento de Pedagogía de la Universidad de Girona-Cataluña-España.
- 36) Van Gunsteren, H. R. (1988). *Admission to Citizenship*. México: Ethics.

## LINKOGRAFÍA

- 1) Acosta, R. (2007). *Plan de comunicaciones*. Obtenido de <http://slideplayer.es/slide/5407581/>
- 2) Acosta, R. (2008). Plan de Comunicaciones Abril de 2007 Plan de Comunicaciones OBJETIVO: Desarrollar un taller de construcción de las acciones que conformarán el Proyecto. Obtenido de <http://slideplayer.es/slide/5407581/>
- 3) Aguado, M. (2012). *Cómo elaborar un plan de comunicación para tu empresa o institución*. Obtenido de [http://es.slideshare.net/rafamartin3/plan-de-comunicacion-11480260?next\\_slideshow=1](http://es.slideshare.net/rafamartin3/plan-de-comunicacion-11480260?next_slideshow=1)
- 4) Aguilar, G., Peinado, J., & Cunha, J. (2010). *Las visitas técnicas a empresas*. Obtenido de <http://www.scielo.cl/pdf/formuniv/v3n5/art04.pdf>
- 5) Aguilar, J. (2010). *Elaboración de programas de capacitación*. Obtenido de [http://www.conductitlan.net/psicologia\\_organizacional/elaboracion\\_de\\_programas\\_de\\_capacitacion.pdf](http://www.conductitlan.net/psicologia_organizacional/elaboracion_de_programas_de_capacitacion.pdf)
- 6) Alarcon, E. (2015). *Qué es el código ético*. Obtenido de <http://www.eduteka.org/proyectos.php/1/3763>
- 7) Aranes, J. (1997). La comunicación institucional y sus paradigmas: entre la racionalidad comunicativa y la lógica instrumental. Obtenido de <http://hedatuz.euskomedia.org/2455/1/06051098.pdf>
- 8) Aranguren, E. (2012). *Públicos y clasificación*. Obtenido de <http://elisagaranguren.blogspot.com/2012/07/publicos-y-clasificacion.html>
- 9) Arias, L. (2011). *Boletín*. Obtenido de <http://miprincipidavid.blogspot.com/2011/09/definicion.html>
- 10) Armijo, M. (2009). *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público*. Obtenido de

[http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual\\_planificacion\\_es\\_trategica.pdf](http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_es_trategica.pdf)

- 11) Ávila, H. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*.  
Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/2s.htm>
- 12) Barreno, S. (2011). *MENSAJE DEL RECTOR* . Obtenido de  
<http://www.colegioambato.edu.ec/ambato/index-1-1.html>
- 13) Barzola, E. (2011). *La ONG desarrolla herramientas de comunicación?*  
Obtenido de  
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5847/1/RFLACSO-CH108-11-Barzola.pdf>
- 14) Bohórquez, T. (2011). *Video Intitucional* . Obtenido de  
<https://laempresaenlapantalla.com/2011/01/31/para-que-hacer-un-video-institucional/>
- 15) Cámere, E. (2009). *La relación profesor-alumno en el aula*. Obtenido de  
<http://entreeducadores.com/2009/08/01/la-relacion-profesor-alumno-en-el-aula/>
- 16) Cano, A. (2005). *Las técnicas de grupo. Las reuniones de trabajo*. Obtenido de  
[http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/38/38207/tema\\_5\\_tecnicas\\_de\\_grupo\\_y\\_reunion\\_de\\_trabajo\\_200506.pdf](http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/38/38207/tema_5_tecnicas_de_grupo_y_reunion_de_trabajo_200506.pdf)
- 17) Castillo, A. (2011). *Lobby y comunicación*. Obtenido de  
<http://www.comunicacionsocial.es/catalogo/colecciones/periodistica/Lobby-y-comunicacion>
- 18) Colegio nacional Experimental Ambato. (2012). *Historia*. Obtenido de  
<https://colegioexperimentalambato.wordpress.com/2012/01/16/colegio-experimental-ambato/>

- 19) Cruz, F. (2006). *Plan de comunicación estratégica*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/plan-de-comunicacion-estrategica/>
- 20) Cruz, Y. (2011). Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/cccss/12/ycb2.htm>
- 21) Del Prado, J. (2015). *Comunicación formal*. Obtenido de <http://www.informacion.com/blog/prevencion-riesgos-laborales/actualidad-laboral/comunicacion-formal-e-informal/>
- 22) Delgado, A. (2014). *Publico interno y externo*. Obtenido de <https://trppuft.wordpress.com/2014/07/29/publico-interno-y-externo/>
- 23) Dieckhoff, C., & Gutierrez, N. (2001). [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lri/dominguez\\_g\\_jl/capitulo\\_1.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/dominguez_g_jl/capitulo_1.pdf). Burlington: Ashgate.
- 24) Díez, S. (2006). *Técnicas de comunicación*. Madrid: Ideaspropias.
- 25) Domínguez, C. (2010). *Que es la Cultura*. Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lri/dominguez\\_g\\_jl/capitulo\\_1.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/dominguez_g_jl/capitulo_1.pdf)
- 26) Domínguez, S. (2010). *La Educación, cosa de dos: La escuela y la familia*. Obtenido de [https://extension.uned.es/archivos\\_publicos/webex\\_actividades/4440/laeducacioncosadedoslaescuelaylafamilia.pdf](https://extension.uned.es/archivos_publicos/webex_actividades/4440/laeducacioncosadedoslaescuelaylafamilia.pdf)
- 27) Dussan, C. (2012). *Planeación Estratégica*. Obtenido de <http://kdussanplaneacion.blogspot.com/search?updated-max=2012-05-06T14:33:00-07:00&max-results=10>
- 28) e-ABC Learning. (2011). *¿Qué es la videoconferencia?* Obtenido de <http://www.e-abclearning.com/quesvideoconferencia>

- 29) El Comercio. (2013). *2000 jóvenes embarazadas por año en Tungurahua*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/000-jovenes-embarazadas-ano-tungurahua.html>
- 30) Escalona, R. (2009). Obtenido de <https://escalonarrpp.wordpress.com/lobby/>
- 31) Fabelo, J. (2004). *Los valores y sus desafíos actuales*. México: Libros en red.
- 32) Farides, M. (2013). *Evaluación del Desempeño Laboral*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/11/evaluacion-del-desempeno-laboral/>
- 33) FEDETIC. (2012). *Qué es una videoconferencia*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/feditic/que-es-una-videoconferencia>
- 34) Fernández, J. (2011). *Conflicto, comunicación y liderazgo escolar: los vértices de un triángulo equilátero*. Obtenido de <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/17506/1/rev113COL3.pdf>
- 35) Figueroa, L. (2012). *Crisis de valores*. Obtenido de [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101376421/-1/Crisis\\_de\\_valores.html#.VsS9IEBnUoB](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101376421/-1/Crisis_de_valores.html#.VsS9IEBnUoB)
- 36) Flores, G. (2015). *Para que sirve el correo electrónico*. Obtenido de <http://brainly.lat/tarea/1626565>
- 37) Flores, I. (2012). *La gestión de la comunicación en los colegios profesionales*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/268743098/LaGestionDeLaComunicacionEnLosColegiosProfesionales-4773516#scribd>
- 38) El Mercurio. (2015). *Crisis de valores*. Obtenido de <http://www.elmercurio.com.ec/481731-crisis-de-valores-2/#.VsS9MUBnUoB>

- 39) Eldiario.ec. (Abril de 2013). *Valores en la Juventud*. Obtenido de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/260204-valores-en-la-juventud/>
- 40) Gonzáles, A. (2003). *Los medios audiovisuales como medios de representación y como medios de comunicación de masas*. Obtenido de [http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo\\_id=774](http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo_id=774)
- 41) Gonzáles, C. (2006). *La Comunicación Interna en el centro Cultural y Museo Jorge Pasquini López*. Obtenido de <http://www.centro-de-semiotica.com.ar/GonzalezCF-Tesis.pdf>
- 42) Freire, M. (2013). *"Plan de comunicación para el colegio Municipal Experimental "Sebastián Benalcázar"*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1498/1/T-UCE-0009-105.pdf>
- 43) Hernández, A. (2002). *Planificar la comunicación*. Obtenido de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina48marzo/4812ajhernandez.htm>
- 44) Hernández, A. (2012). Obtenido de <http://es.slideshare.net/videoconferencias/plan-de-comunicacin-estrategica>
- 45) Hernandez, A. (2013). *Marketing digital*. Obtenido de <http://alfredohernandezdiaz.com/2013/03/15/marketing-en-internet-marketing>
- 46) Herrera, K. (2012). *Pérdida de valores*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/kautemoc/perdida-de-valores-15602957>
- 47) Herrero, J. (2002). *Cultura*. Obtenido de <http://pnglanguages.org/training/capacitar/antro/cultura.pdf>
- 48) Iñiguez, G., & Gonzáles, E. (2009). *La comunicación industrial y empresarial*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/558/LA%20CIRCULAR.htm>



- 49) Mazzola, C. (2011). *Gestión de la cartelera de comunicación interna*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/gestion-cartelera-comunicacion-interna/>
- 50) Mendoza, A. (2011). *La publicidad institucional y la publividad directa*. Obtenido de <http://mercadeoglobal.com/blog/la-publicidad-institucional-y-la-publicidad-directa/>
- 51) Ministerio de Educación del Ecuador. (2013). *"Guía Metodológica para la construcción participativa del Proyecto Educativo Institucional"*. Quito: Editogran S.A. Obtenido de [http://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/05/Guia\\_PEI.pdf](http://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/05/Guia_PEI.pdf)
- 52) Moreno, P. (2002). *Diseño y planificación del aprendizaje*. Obtenido de [http://biblio.colmex.mx/curso\\_formacion\\_formadores/NdC%20de%20Fdf.pdf](http://biblio.colmex.mx/curso_formacion_formadores/NdC%20de%20Fdf.pdf)
- 53) Muñiz, R. (2016). *La comunicación interna* . Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>
- 54) Navarro, A. (2011). *Elementos de Planeación Estrategica*. Obtenido de [http://www.munitel.cl/eventos/seminarios/html/documentos/2011/SEMINARIO\\_PLAN\\_COMUNAL\\_DE\\_SALUD\\_SAN\\_FELIPE/PPT17.pdf](http://www.munitel.cl/eventos/seminarios/html/documentos/2011/SEMINARIO_PLAN_COMUNAL_DE_SALUD_SAN_FELIPE/PPT17.pdf)
- 55) Palacios, L. (2014). *Trabajo en equipo para la motivación laboral*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/trabajo-en-equipo-para-la-motivacion-laboral/>
- 56) Perujo, S. (2012). *Comunicacion institucional. herramientas internas y externas*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/chaberios/comunicacion-institucional-herramientas-internas-y-externas>
- 57) Philip, J., & Mc Curdy, D. (1975). *Anthropology*. México: Wiley. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books/about/Anthropology.html?id=cDS0AAAIAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ec/books/about/Anthropology.html?id=cDS0AAAIAAJ&redir_esc=y)

- 58) Quintana, R. (2010). *Diseño de Sistemas de Señalización y Señalética*. Obtenido de [https://taller5a.files.wordpress.com/2010/02/senaletica\\_universidadlondres.pdf](https://taller5a.files.wordpress.com/2010/02/senaletica_universidadlondres.pdf)
- 59) Ramírez, A. (2012). *La motivación*. Obtenido de <http://motivaciongrupob.blogspot.com/2012/03/concepto-de-motivacion.html>
- 60) Rivarola, F. (2014). *Comunicación institucional*. Obtenido de <http://www.umaza.edu.ar/nota-presentacion-de-comunicacion-institucional>
- 61) Rodero, E. (2004). *Concepto y técnicas de la propaganda*. Obtenido de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodero-emma-propaganda-nazismo.pdf>
- 62) Rodríguez, F. (2011). *Como elaborar un plan de comunicación*. Obtenido de [http://es.slideshare.net/sicneuf/cmo-crear-un-plan-de-comunicacin?next\\_slideshow=2](http://es.slideshare.net/sicneuf/cmo-crear-un-plan-de-comunicacin?next_slideshow=2)
- 63) Rodríguez, M. (2005). *Diagnóstico de la cultura organizacional*. Obtenido de [recursos.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/123456789/1802/1/Diagnostico\\_de\\_la\\_cultura\\_organizacional.pdf](http://recursos.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/123456789/1802/1/Diagnostico_de_la_cultura_organizacional.pdf)
- 64) Rojas G, G. R. (2015). *"Estrategias para fomentar actitudes interculturales positivas en el aula"*. España: Univesidad de Granada, Facultad de Educación y Humanidades.
- 65) Román, K. (2013). *Comunicación Informal*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/keenyaroman/comunicacion-informal>
- 66) Salazar, H. (2009). *Investigación Bibliográfica*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/HernanSalazar/investigacin-bibliogrifica-2463165>
- 67) Salinas, O. (2010). *Dirección de Reuniones: Concepto, Objetivos e Importancia*. Obtenido de <http://direcciondereunionesudone.blogspot.com/2010/01/direccion-de-reuniones-concepto-e.html>

- 68) Rodríguez A, M. A. (2008). *"Estrategias aplicables en las aulas para la enseñanza de valores"*. Caracas-Venezuela: Universidad pedagógica Experimental Libertador. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos73/estrategias-aplicables-aulas-ensenanza-valores/estrategias-aplicables-aulas-ensenanza-valores2.shtml>
- 69) Shapiro, J. (2011). *Planificación estratégica*. Obtenido de <http://civicus.org/view/media/Planificacion%20strategica.pdf>
- 70) Serrano, M. (2007). *La Comunicación Interna*. Obtenido de [www.reddircom.org/textos/f-serrano.pdf](http://www.reddircom.org/textos/f-serrano.pdf)
- 71) Thompson, I. (2008). *Definición de comunicación*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>
- 72) Torres, M. d. (2011). Surgimiento y desarrollo de la comunicación orgnizacinal y su relación con otra ciencias. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/cccss/13/taab.htm>
- 73) Tur-Viñes, V., & Gauchi, J. (2015). *El plan estratégico de comunicación. Estructura y funciones*. Obtenido de [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46\\_VinesGauchi\\_V88.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46_VinesGauchi_V88.pdf)
- 74) Slideshare. (29 de 6 de 2012). *Diseño metodológico*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/apinillos03/diseo-metodolgico-13495208>
- 75) Universidad Técnica Particular de Loja. (2013). *DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA*. Obtenido de <http://www.utpl.edu.ec/sites/default/files/proyectos/divulgativo.pdf>
- 76) Vargas, J. (2007). *Las relaciones intergubernamentales y el ambiente*. Obtenido de <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/446/vargas.html>
- 77) Zapata, L. (2012). *El buzón de sugerencia*. Obtenido de <http://talentosreunidos.com/2012/03/12/el-buzon-de-sugerencias/>

# **ANEXOS**

## Anexo 1. Modelo de Encuesta



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

**Objetivo:** Investigar el plan de comunicación institucional actual y su relación con la difusión de valores en la Unidad Educativa Mayor Ambato

**Instrucciones:** Solicitamos su colaboración llenando la siguiente encuesta de percepción

#### Información General:

**1. Edad:**..... **Relación con la institución:** Docente ( ) Alumno ( ) Administrativo ( ) Servicios ( )

**2. Género:** Masculino ( ) Femenino ( )

**3. Tiempo de vinculación con la institución** (para docentes y personal administrativo y de servicios)

Menos de un año ( )

Entre uno y dos años ( )

Más de tres años ( )

**4. ¿Se ha identificado problemas en los actuales planes de comunicación de la institución?**

SI ( ) NO ( )

**5. ¿Se ha aplicado análisis FODA en la institución?**

Si ( ) NO ( )

**6. ¿Qué medios de comunicación externos ha utilizado dentro de la institución?**

Revistas ( )

Radio ( )

Vía pública ( )

Televisión ( )

Otros ..... ( )

**7. ¿Qué tipos de medios utiliza usted para comunicarse dentro de la institución?**

- Carteleras ( ) Videoconferencias ( )  
Correos electrónicos ( ) Hojas informativas ( )  
Boletines ( ) Evaluaciones de desempeño ( )  
Buzón de Sugerencias ( )

**8. ¿Se ha determinado las necesidades y expectativas del público objetivo?**

- Si ( )  
No ( )

**9. ¿Se han establecido prioridades basadas en el análisis y diagnóstico de la situación actual de comunicación en la institución?**

- Siempre ( )  
En ocasiones ( )  
Casi Nunca ( )

**10. ¿Se ha definido correctamente la visión y misión de la institución?**

- SI ( ) NO ( )

**11. ¿Se ha determinado el tipo de usuarios de la institución, en cuanto a género y edad?**

- Siempre ( )  
En ocasiones ( )  
Casi Nunca ( )

**12. ¿Seleccione que estrategias de comunicación se han establecido en la institución?**

- Corporativas (misión, visión) ( )  
De segmentación y posicionamiento (público a quien se dirige: estudiantes, docentes, público en general) ( )

**13. ¿Se ha organizado planes de acción para solucionar los problemas de comunicación?**

- SI ( ) NO ( )

**14. ¿Se han definido los tipos de recursos que requiere la institución, para desarrollar un plan de comunicación?**

- Económicos ( )  
Materiales ( )  
Humanos ( )

**15. ¿Se ha analizado las estrategias y acciones actuales con el fin de corregirlas y mejorarlas en el futuro?**

- SI ( ) NO ( )

**16. ¿En la institución se implanta una educación de formación universal (al alcance de todos) o elitista (grupo selecto de estudiantes)?**

Formación universal ( )

Formación elitista ( )

**17. ¿Los docentes poseen formación en valores?**

SI ( ) NO ( )

**18. ¿Se han establecido charlas sobre formación de valores a los estudiantes?**

Siempre ( )

En ocasiones ( )

Casi Nunca ( )

**19. ¿Qué tan favorable para la institución sería el diseño de un organigrama nuevo en el colegio?**

Responda de acuerdo a la siguiente numeración:

1 Muy Favorable	2 Favorable	3 Poco Favorable	4 Desfavorable

**20. Marque con una X, Indique el nivel de participación de un plan de comunicación institucional en la Unidad Educativa Mayor Ambato**

1 Bajo	2 Medio Bajo	3 Medio	4 Medio Alto	5 Alto

**¡Gracias por su comprensión!**

## Anexo 2. Modelo de entrevista



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MODELO DE ENTREVISTA POR ÁREA**

Dirigido a: Rectorado
Objetivo
Instrucciones

### CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

1. ¿Se ha definido correctamente la visión y misión de la institución?
2. ¿Qué descripción daría usted de la comunidad educativa y cómo calificaría su relación con los demás integrantes de la institución educativa (directivas- profesores- alumnos- personal servicios- padres de familia)?
3. De acuerdo a la descripción que usted me da sobre estas relaciones, ¿De qué manera se comunica usted con cada uno de los grupos que existen en la Unidad Educativa Mayor Ambato y considera que estas formas de comunicación han dado los resultados esperados?
4. Indique que opina del uso de la cartelera
5. A partir de lo anterior: ¿Cómo calificaría usted el ambiente que se vive en la Unidad Educativa Mayor Ambato y porque?
6. ¿Es para usted importante que la institución educativa en general, tenga conocimiento claro de los distintos acontecimientos que en ella suceden, y por qué?
7. ¿Cómo fue creado y qué papel específico cumple el PEI (Proyecto Educativo Institucional) en la Unidad Educativa Mayor Ambato?
8. ¿Qué pautas en la institución, le permiten diagnosticar y definir una situación determinada como un problema?
9. ¿Cuáles son los problemas más comunes que se presentan en la institución y por qué?



10. ¿Se ha podido desde la comunicación misma, dar solución a estos contratiempos y de qué forma?
11. ¿Cuál es el proceso que se sigue para dar a conocer y tomar decisiones frente a innovaciones o cambios, que se hagan en los aspectos y proyectos pedagógicos basados en las pruebas ENES (Examen nacional para la educación superior), en las distintas áreas?
12. ¿Qué aspectos primordialmente en la institución deberían mejorarse frente a comunicación, transmisión de mensajes, motivación, de las personas y medios que para ellos se utilice?

**Gracias por su colaboración**

### Anexo 3. Modelo De Entrevista Por Área

Dirigido a: Coordinador académico
Objetivo
Instrucciones

#### CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

1. Quisiera que por favor me comente, acerca de su historia (formativa y laboral) y su paso por la Unidad Educativa Mayor Ambato
2. ¿Qué descripción me daría usted de la comunidad educativa y cómo calificaría su relación con los demás integrantes de la institución educativa (directivas- profesores- alumnos- personal servicios- padres de familia)?
3. De acuerdo a la descripción que usted me da sobre estas relaciones, ¿De qué manera se comunica usted con cada uno de los grupos que existen en la Unidad Educativa Mayor Ambato y considera que estas formas de comunicación han dado los resultados esperados?
4. A partir de lo anterior, ¿Cómo calificaría usted el ambiente que se vive en la institución y por qué?
5. ¿Es para usted importante que la institución educativa en general, tenga conocimiento claro de los distintos acontecimientos que en ella suceden, por qué?
6. ¿Hay presencia de rumores o chismes y cómo se manejan?
7. ¿Cómo fue creado y qué papel específico cumple el PEI (proyecto educativo institucional) de la institución?
8. ¿Cómo se acopla la institución a los lineamientos que emergen de la Senescyt y el Ministerio de Educación?
9. ¿Los lineamientos de los entes anteriores, responden estos a las necesidades de la institución?
10. ¿Qué pautas en la institución, le permiten diagnosticar y definir una situación determinada como un problema?
11. ¿Cuáles son los problemas más comunes que se presentan en la institución y por qué?
12. ¿Cuáles de esos problemas que usted menciona, están relacionados con la comunicación y por qué?

13. ¿Se ha podido desde la comunicación misma, dar solución a estos contratiempos y de qué forma?
14. En la institución educativa en la cual se desempeña, ¿Ve usted cercanía entre la comunicación y los procesos pedagógicos- cómo y por qué?
15. ¿Cuál es el proceso que se sigue para dar a conocer y tomar decisiones frente a innovaciones o cambios que se hagan en los aspectos y proyectos pedagógicos como ocurrió con la reciente inserción de pruebas ENES (Examen nacional para la educación superior), en las distintas áreas?
16. ¿Qué aspectos primordialmente en la institución deberían mejorarse frente a comunicación, transmisión de mensajes, motivación de las personas y medios que para ello se utilice?
17. ¿Cómo podría la comunicación con estas y otras mejoras jugar un papel importante en la pedagogía de la institución y por qué?

**Gracias por su colaboración**

## Anexo 4. Modelo De Entrevista Por Área

Dirigido a: Docentes
Objetivo
Instrucciones

### CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

1. Quisiera que por favor me comente, acerca de su historia (formativa y laboral) y su paso por la Unidad Educativa Mayor Ambato.
2. ¿Qué vínculos sociales o qué tipo de relación posee usted con los miembros de las directivas del Unidad Educativa, los demás docentes, los alumnos, los padres de familia y el personal de servicios? ¿Por qué?
3. (A partir de la respuesta anterior), ¿Cómo podría usted mejorar dichos vínculos con los demás integrantes de la comunidad educativa? ¿Estaría para ello presente la comunicación?
4. Por favor, califique con tres palabras la situación que vive el Unidad Educativa frente a aspectos tales como:
  - a) El ambiente entre sus miembros.
  - b) La comunicación que existe.
  - c) La información que se da a conocer.
  - d) La integración que hay en la toma de decisiones.
5. ¿Se siente usted tenido en cuenta en la institución y participa activamente de las actividades del Unidad Educativa? Si, No ¿Por qué?
6. A partir de su respuesta y de la forma como le llegan a usted los mensajes del Unidad Educativa para que se integre a este, califique de uno a cinco (siendo uno el más bajo y cinco el más alto), la comunicación que se vivencia en el Unidad Educativa ¿Por qué su calificación?
7. ¿Cuáles son los problemas más comunes en el Unidad Educativa y por qué? ¿Tiene en ellos injerencia la comunicación cómo?
8. ¿Estos problemas han tenido desde la comunicación una posible respuesta y solución? ¿Cómo se ha manejado esto y por qué?
9. ¿Quién debe manejar los procesos comunicacionales en la institución y por qué?

10. En la institución educativa en la cual se desempeña, ¿Ve usted cercanía entre la comunicación y los procesos pedagógicos, cómo y por qué?

11. ¿Por qué medios se entera de los cambios y nuevos proyectos, como la inserción de pruebas estilo ICFES y de los acontecimientos que suceden en el Unidad Educativa?

**Mil gracias por su colaboración**

**Fotos**



**PAPER**

**CIENTÍFICO**

# **PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y RESCATE DE VALORES DE LA UNIDAD EDUCATIVA MAYOR AMBATO**

“PLAN OF COMMUNICATION INSTITUTIONAL AND RESCUE OF VALUES  
IN THE UNIT EDUCATION GREAT AMBATO”

Darió Javier León Robalino

[dayrojavo@hotmail.es](mailto:dayrojavo@hotmail.es)

Marzo 2016-Agosto-2016

## **Resumen**

Un plan de comunicación organizacional en instituciones educativas juega un rol importante ya que constituye el soporte indispensable para la realización de funciones básicas de la organización en lo que respecta a la toma de decisiones, coordinación de las actuaciones, la evaluación de los resultados, y finalmente concluye en la satisfacción personal tanto de docentes, directivos, alumnos y personal administrativo, una fluida comunicación tendrá que contar con la participación y la colaboración de sus miembros, con el único propósito de alcanzar los objetivos educativos para consolidarse.

Siendo la Unidad Educativa Mayor Ambato, una entidad con una amplia trayectoria educativa de hace 69 años, en la cual la comunicación juega un rol importante para el desarrollo y prestigio de la misma, y de donde surge una inquietud si la comunicación es tan importante, deberíamos preguntarnos porque no se le ha dedicado más atención, en esta institución, sin embargo existen múltiples posibilidades de progreso para avanzar, de forma colectiva e individual, planteando estrategias globales de transparencia informativa que facilite la participación y la implicación de las personas en un clima de confianza mutua y de responsabilidad.

La importancia de la comunicación constituye una realidad palpable, que se pone de manifiesto en múltiples situaciones cotidianas, como el establecimiento de normas de convivencia interna o la supervisión de los deberes encomendados a un grupo determinado de alumnos, la formulación de una queja, la discrepancia de los criterios con relación a una conducta de las autoridades de la institución, éstas son formas de comunicación es decir manejo de relaciones interpersonales, sin embargo la mejora de comunicación debe llevarse a cabo desde el mismo centro educativo, por parte de los docentes, con el fin de consensuar líneas de acción en las que crean y se comprometan, esto se podrá alcanzar cuando las relaciones interpersonales son cordiales, además se requerirá de un conocimiento y reflexión que fundamenten la acción a seguir, y que participen todos los actores activamente, liderando procesos que constituyan una aventura y un reto personal para todos y de esto se deriven múltiples aprendizajes esenciales para la vida.

Por otro lado se debe poner énfasis en fortalecer los valores humanos dentro de la conducta de los alumnos y padres de familia, para obtener individuos responsables y tolerables, que de una u otra forma fortalezcan y contribuyan a nuestra sociedad, proponiendo una transformación radical que logre dar el paso necesario para la conservación y consecución de los valores humanos en los estudiantes, y con ello que estos alcancen una mejor disciplina y calidad académica en la Unidad Educativa Mayor Ambato.

**Palabras Claves:** Plan de comunicación institucional, rescate de valores, valores humanos, estrategias de comunicación.



## **Abstract**

A organizational communication plan, in the educational institutions play an important role in constituting the support essential to the realization of basic functions of the Organization in regards to decision making, coordination of actions, the evaluation of the results, and finally concludes in personal satisfaction both from teachers, managers, students and administrative staff, a fluid communication will have to count on the participation and collaboration of its members , with the single purpose of achieve the objectives educational to consolidate is.

Being the unit educational greater Ambato, an entity with a wide trajectory educational of makes 69 years back, in which the communication plays a role important for the development and prestige of the same, and of where arises a concern itself it communication is so important, should ask us because not is you has dedicated more attention, in this institution, however there are multiple possibilities of progress for advance , of form collective e individual, considering strategies global of transparency information that facilitate the participation and the involvement of them people in a climate of confidence mutual and of responsibility.

The importance of communication constitutes a tangible reality, which reveals itself in many everyday situations, such as the establishment of rules of internal coexistence or the supervision of duties entrusted to a particular group of students, the formulation of a complaint, the discrepancy of the criteria in relation to the conduct of the authorities of the institution, you're are forms of communication i.e. management of interpersonal relationships, however it improves of communication should take is to out from the same centre educational, from them teaching, to agree on lines of action in which create and is commit, this is may reach when them relations interpersonal are cordial, also is will require of a knowledge and reflection that therefor it action to follow, and that participate all them actors actively, leading processes that constitute an adventure and a challenge personal to all, and of this is derived from multiple learning essential for the life.

On the other hand should be put emphasis on strengthening the human values within the conduct of students and parents, to get individuals responsible and tolerable, which in one or another way to strengthen and contribute to our society, proposing a radical transformation that will take the necessary step for conservation and achievement of human values in students, and thus that these reach a better discipline and academic quality in the “Unit Education greater Ambato.

**Key Words:** Plan of institutional communication, values of rescue, human values, communication strategies.

## **Introducción**

La intención de crear este artículo es dar a conocer varias investigaciones que se han realizado con respecto al diseño de estrategias de fortalecimiento de imagen institucional en establecimientos educativos y su relación con el rescate de valores, en niños y adolescentes de educación básica, y bachillerato del cantón Ambato y del Ecuador en general.

Estudios demuestran que la importancia de fortalecer la imagen institucional, ayudará a mejorar la disciplina y conducta para todos los interesados, tanto docentes, alumnos, y padres de familia de cada una de las instituciones para incrementar sus valores, en pro de una convivencia pacífica, y reconocimiento social y comunitario. Los centros educativos son organizaciones donde la comunicación es fundamental, la investigación fue realizada en una institución educativa pública, en el año 2016, la presente tiene el propósito de conocer aspectos que intervienen en la comunicación, con la expectativa de aportar soluciones para las demás instituciones educativas, que pretendan mejorar la comunicación interna.

Por otro lado se realizó la revisión bibliográfica para sobre esta base construir un marco teórico que oriente el trabajo, permitiendo que se amplíe el tema, obteniendo resultados de interdependencia fundamental con la comunicación, si esta interdependencia es armónica entonces facilita la existencia de una organización integrada, caso contrario estará sistemáticamente entorpecida.

## **COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

**(Rivarola, 2014)** Mencionó que la comunicación institucional puede definirse como el tipo de comunicación realizada de modo organizado por una institución o sus representantes, dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que desarrolla su actividad. Tiene como objetivo establecer relaciones de calidad entre las instituciones y los públicos con quienes se relaciona, adquiriendo una notoriedad

social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades. La Comunicación Institucional se desarrolla bajo una serie de objetivos que es informar, persuadir y motivar, estos métodos permiten analizar cuál es el ambiente interno y externo para que la comunicación se desarrolle con claridad, y así mejorar su productividad y el bienestar de su institución y además estar preparados ante una situación de crisis para poder resolverlos con efectividad.

Por otro lado para diseñar estrategias de comunicación institucional, se requiere de soportes de comunicación como: tablas de anuncios, buzón de sugerencias, correo electrónico, señalética, que son un conjunto de señales, gráficos y símbolos que cumplen la función de guiar, orientar, a una persona o conjunto de personas y que la institución pone al servicio de la colectividad para identificar los tipos de departamentos que ofrece, es una identidad visual corporativa y que muchas de las veces contiene un logotipo o marca de la institución.

**(Cruz, 2006)** Un plan estratégico de comunicación es una propuesta de acciones de comunicación basada en datos, objetivos y presupuestos debidamente planificados. Este plan es una rama del plan de mercadeo de la organización, por lo que deben ir de la mano y nunca pueden contradecirse, por el contrario deben obedecer a las políticas institucionales y a la misión y visión de la misma.

**Hernández A. (2012, págs. 9,10)** Los objetivos estratégicos de un plan de comunicación se basan en: 1) Identificar, seleccionar y priorizar los proyectos e iniciativas estratégicas que la empresa debe desarrollar para obtener los resultados planificados en el plazo adecuado. 2) Determinar los públicos estratégicos de la organización (sus necesidades y expectativas), requisitos específicos para satisfacerlos. 3) Poner en marcha la gestión del Plan Estratégico de Comunicación, a través de la comunicación de la estrategia que facilite la administración del Plan. 4) Realizar un diagnóstico (escuchar) estratégico del entorno y de la situación de la empresa, que permita identificar los puntos fuertes y debilidades que presenta la organización y sus necesidades a futuro. 5) Formular los lineamientos estratégicos, a partir de los resultados del diagnóstico, que guiarán el destino de la Comunicación

de la empresa en los próximos años. 6) Desarrollar, en conjunto con el staff Gerencial, los objetivos estratégicos, indicadores y metas de Comunicación, que permitan a la empresa controlar su gestión y tomar decisiones oportunas.

(Cruz, 2006) Los pasos básicos para la implementación de un plan de comunicación son:

1. **Investigación y adición:** Diagnóstico preliminar de la institución.
2. **Planeación y programación:** Se planea y se hace un calendario de estrategias basados en los objetivos corporativos.
3. **Implantación del plan estratégico de comunicación:** Llevar cabo lo planeado.
4. **Evaluación:** Se conoce si fueron aceptadas o rechazadas las estrategias de comunicación.

(Tur-Viñes & Gauchi, 2015), mientras que las etapas para estructurar un plan de comunicación se divide en seis etapas:

**Primera Etapa: Análisis de la situación:** Se analizan las acciones comunicativas de la competencia.

**Segunda Etapa: Diagnóstico de la situación:** Se utilizan herramientas de diagnóstico como el análisis FODA (F: Fortalezas, O: Oportunidades, D: Debilidades y A: Amenazas).

**Tercera Etapa: Determinación de los objetivos de comunicación:** Establecerlos bajo perspectivas de disciplina de marketing, y bajo la perspectiva de disciplina de la comunicación.

**Cuarta Etapa: Elección de las estrategias:** Estrategias, corporativas (misión y visión), estrategias de cartera (alternativas de producto-mercado), estrategias funcionales (marketing mix).

**Quinta Etapa: Definición de los planes de acción:** Se deberán asignar los recursos humanos, materiales, financieros, como también jerarquizar atención y dedicación a estos planes.

**Sexta Etapa: Evaluación:** Evaluar estrategias y acciones para determinar si las acciones han servido o no.

## **VALORES**

(Herrera J. , 2002), La cultura es una abstracción, es una construcción teórica a partir del comportamiento de los individuos de un grupo. Por tanto nuestro conocimiento de la cultura de un grupo va a provenir de la observación de los miembros de ese grupo que vamos a poder concretar en patrones específicos de comportamiento.

(López, 2011) Es un grado de utilidad o aptitudes de las cosas, para satisfacer las necesidades o dar bienestar. Por la cual obtenemos cualidades de las cosas, en virtud de la cual se da para cierta integridad o algún equivalente. Este concepto abarca contenidos y significados distintos y ha sido abordado desde diversas perspectivas y teorías. El valor se refiere a una excelencia o a una perfección. La práctica del valor desarrolla la humanidad de la persona, mientras que el contra valor lo despoja de esa cualidad. Desde un punto de vista socio-educativo, los valores son considerados referentes, pautas que orientan el comportamiento humano hacia la transformación social y la realización de la persona.

### **Crisis de valores en el Ecuador**

La sociedad ecuatoriana es un singular prisma de ideologías, costumbres, creencias y comportamientos; nuestra pluriculturalidad es, indudablemente, un mosaico de perfiles étnicos extraordinariamente diversos.

Es importante destacar varias escenas de nuestro pasado para comprender mejor el proceso evolutivo del carácter del hombre y la mujer ecuatoriana; es necesario

escribir acerca de lo mítico-religioso, las conquistas, las derrotas, las diferencias sociales, el ímpetu libertario y artístico y la vida del hombre común de épocas pasadas. Los valores, buenas costumbres y comportamiento se degradan progresivamente en una sociedad en la que la familia ya no es el pilar fundamental y el relativismo moral, así como ocurría en Quito del siglo XVIII debido a una influencia francesa agobiante, se repite con una perspectiva terrible.

La vida del hombre ecuatoriano común del pasado giraba alrededor de tres elementos: la familia, el barrio y la iglesia. Las mujeres comienzan ya a participar de la vida pública. Hace un siglo, tal como hoy, las actividades comenzaban muy temprano, salvo que en ese entonces, el asistir a misa diariamente era costumbre generalizada. Al hablar de higiene y sanidad, según comentarios de autores extranjeros y nacionales, se desprende que hace cien años el asunto era deplorable.

### **Adolescencia crisis de madurez caracterizada por el nacimiento de la interioridad**

(**Monroy, 2001**) El ser humano por su naturaleza es complejo de entender, empujado a vivir grandes ideales pero a la vez difícil de comprender más aún en su etapa de adolescencia cuando empieza la maduración y los jóvenes empiezan a ver los cambios físicos y psicológicos que se presentan en sus diferentes etapas, en donde descubrirán su yo interior, con capacidad para afrontar la realidad, para pensar diferente, estar listo para ser dependiente, buscando su personal realización quien hasta ese momento ha tomado un cierto dominio sobre él, con ganas de descubrir nuevas experiencias que le ofrece la vida.

### **Actitud pedagógica: disposición que permite ganar al educador la confianza de los adolescentes.**

(**Cámere, 2009**) La relación de docencia es una relación interpersonal pero no amical. Primero, porque la relación amistosa se establece entre dos personas en su concreta individualidad, es decir, conociéndose mutuamente. Segundo, esa relación

estrictamente personal consiste en un mutuo querer y procurar cada uno los fines personales e individuales del otro

### **Padres de familia: verdaderos maestros**

(Méndez, 2014) Desde el momento mismo del nacimiento los padres deben ocuparse de la ilustración y formación de su hijo. Deben velar por su desarrollo físico, mental, espiritual, afectivo y social. El mejor método es el del ejemplo. Si un hijo come mal es porque sus padres comen mal. No hay la menor duda. Los jardines, la tecnología deben ser tan solo apoyos para los padres pero en ningún caso sustitución de éstos. La labor debe ser conjunta.

### **Centro escolar como elemento formativo**

(Moreno, 2002) El verdadero proceso de formación es el que conduce al sujeto de la formación a una transformación de los enfoques que había adquirido con anterioridad. Entendemos el aprendizaje como un proceso de construcción. Cualquier persona aporta un bagaje formativo previo que sirve de base a los nuevos aprendizajes, los filtra y los reestructura.

(Rajadell, 2001) La dimensión del ser profundiza en la faceta afectiva de la persona, en la que juegan un papel prioritario la modificación y consolidación de intereses, actitudes y valores. La tarea de aprender a percibir, reaccionar y cooperar de manera positiva ante una situación o un objeto, acoge una complejidad superior que la simple retención de conocimientos.

Se trabajó con la Unidad Educativa Mayor Ambato, mediante una metodología basada en técnicas a utilizar en la presente investigación, serán de tipo cualitativo y descriptivo, se utilizará la técnica de la observación y la investigación de campo, para interpretar los procesos de comunicación a nivel interno y externo, de la Unidad Educativa Mayor Ambato, los instrumentos utilizados fueron la encuesta y entrevista dirigida a la población en este caso autoridades, personal administrativo,



docentes y alumnos, se elaboró la operacionalización de variables, planteando las siguientes interrogantes referentes a la comunicación institucional y rescate de valores:

**Tabla N° 1 Operacionalización de variables**

PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL			
Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
Análisis y diagnóstico de la situación.	Análisis de los recursos de comunicación Herramienta de diagnóstico FODA.	¿Se ha identificado problemas en los actuales planes de comunicación de la institución? ¿Se ha aplicado análisis FODA en la institución?	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
Medios.	Herramientas de Comunicación: Externas: prensa, radio, internet, Internas: Boletines,	¿Se ha utilizado medios de comunicación externos en la institución? ¿Qué tipos de medios se utilizan para comunicarse dentro de la institución?	
Objetivos.	Estratégicos De comunicación:	¿Se ha determinado las necesidades y expectativas del público objetivo? ¿Se han establecido prioridades basadas en el análisis y diagnóstico de la situación actual de comunicación en la institución?	
Elección de estrategias.	Corporativas. De Segmentación y posicionamiento Funcionales.	¿Se ha definido correctamente la visión y misión de la institución? ¿Se ha efectuado el tipo de usuarios de la institución, en cuanto a género y edad? ¿Se han establecido estrategias de comunicación en la institución?	
Definición de planes de acción.	Recursos Humanos. Recursos Materiales. Recursos Financieros.	¿En el actual plan de comunicación se ha incurrido en costos? ¿Se ha jerarquizado los planes de acción para solucionar los problemas de comunicación? ¿Se han establecido qué tipo de recursos materiales y financieros se han aplicado en la institución?	

Evaluación.	Evaluación Periódica de acciones y estrategias.	¿Se ha analizado las estrategias y acciones actuales con el fin de corregirlas y mejorarlas en el futuro?	
<b>RESCATE DE VALORES</b>			
Educación Valores e identidad.	Educación universal.	¿En la institución se implanta una educación de formación universal o elitista?	Técnica: Encuesta  Instrumento: Cuestionario
Actitud Pedagógica.	Forma pedagógica	¿Los profesores tienen formación en valores?	
Padres de Familia: Verdaderos Maestros.	Desarrollo físico, mental, espiritual, afectivo social.	¿Se ha efectuado escuelas para padres en la institución sobre formación en valores?	
Centro escolar como elemento formativo.	Mediante explicaciones, lecturas y charlas.	¿Se han establecido charlas sobre formación de valores?	

**Elaborado por:** Dario León (2016)

Se trabajó con una población de 4047 personas de los cuales 163 son docentes, 3868 son estudiantes, y 16 son administrativos, de la Unidad Educativa Mayor Ambato, aplicando la fórmula estadística con un coeficiente de confianza del 95% y 5% de margen de error la muestra calculada fue de 351 personas.

### **Resultados:**

Después de realizada la ficha de observación a los estudiantes, docentes, y administrativos, se obtuvieron resultados favorables para verificar la hipótesis planteada siendo la difusión de un plan de comunicación institucional si incide en la pérdida de valores en la Unidad Educativa Mayor Ambato, A continuación se presentan datos relevantes:

- ¿Se ha organizado planes de acción para solucionar los problemas de comunicación?
- ¿Los docentes poseen formación en valores?

## VI: Plan de Comunicación Institucional

**Tabla N° 2 Organización de planes de acción de comunicación**

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
Si	89	5	0	94
No	246	9	2	257
Total	335	14	2	351

**Fuente:** Unidad Educativa Mayor Ambato

**Elaborado por:** Darío León (2016)

**Gráfico N° 1 Organización de planes de acción de comunicación**



**Fuente:** Unidad Educativa Mayor Ambato

**Elaborado por:** Darío León (2016)

Según la encuesta, la institución no tiene planes de acción que solucionen los problemas de comunicación, por lo que se recomienda la implementación de estrategias que ayuden a solucionar problemas comunicacionales que puedan surgir dentro del colegio.

## VD: Rescate de valores

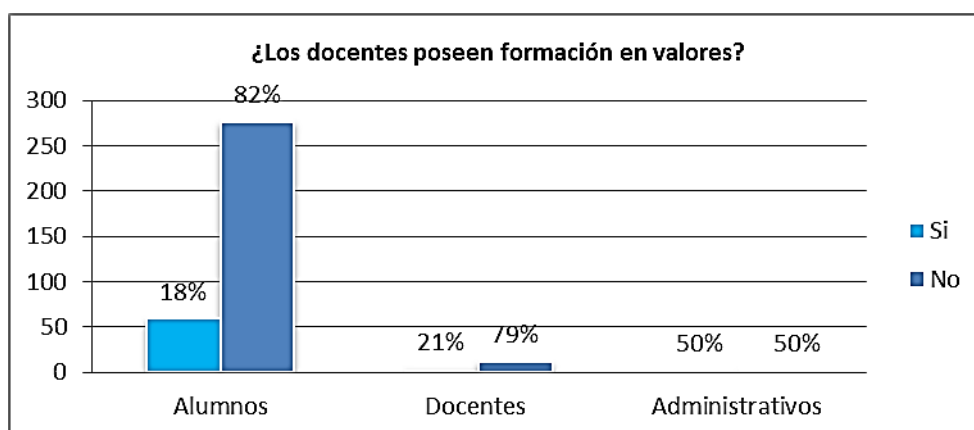
**Tabla N° 3 Formación en valores**

	Alumnos	Docentes	Administrativos	Total
Si	59	3	1	63
No	276	11	1	288
Total	335	14	2	351

**Fuente:** Unidad Educativa Mayor Ambato

**Elaborado por:** Darío León (2016)

**Gráfico N° 2 Formación en valores**



**Fuente:** Unidad Educativa Mayor Ambato

**Elaborado por:** Darío León (2016)

Según los datos de la encuesta, los docentes efectivamente tienen una formación en valores sin embargo no han hecho nada por guiar y fomentar en los estudiantes, sino más bien se enfocan en aspectos científicos que en la formación de personas íntegras y con valores.

## **Discusión:**

Gracias a la investigación realizada se establece que la difusión de un plan de comunicación institucional incide en el rescate de valores, debido a que según (Serrano M. , 2007) la evolución de la humanidad ha sido guiada por factores de cambio específicos: entre ellos los usos técnicos y culturales de la comunicación. Aquí interviene la comunicación y técnicas que llegan a formar un entramado, que se vincula a la vez, con las modificaciones de los organismos y con las variaciones de la cultura, pues según (Navarro, 2006) los inicios de la comunicación entre los hombres se puede datar desde la prehistoria donde los primeros humanos utilizaban lenguajes arcaicos para comunicarse, también realiza pinturas que pueden clasificarse como los primeros intentos de una expresión o comunicación escrita, con todo esto las respuestas indican que un plan de comunicación institucional es la base de comunicación, en las instituciones educativas tanto públicas como privadas, mientras que al hablar del rescate de valores según (Faunes, 2015), los valores están presentes en el organismo, la personalidad, la sociedad y la cultura humana. El término valor no lo poseen los objetos en sí, pues todos los seres humanos independientemente del grado cultural y de civilización, poseemos un sentido ético o moral que está ligado a los actos voluntarios pues somos capaces de calificarlos como buenos o malos, además para (Vargas, 2015), la civilización Griega fue la originaria hace mención a los valores, los cuales eran de suma importancia, para ellos son cuatro los principales: la democracia, la libertad, la belleza y la verdad. Existía en su sociedad una búsqueda de la verdad especialmente por los intelectuales y filósofos. Posteriormente en la etapa del imperio Romano es cuando la legislación y el nacimiento del derecho se hacen presentes, los romanos se encargan de expandir la cosmovisión Griega, con todo esto se observa que la difusión de valores es importante en la vida institucional, de las unidades educativas públicas y privadas.

## **Conclusión:**

Actualmente la comunicación institucional permite sustentar la gestión comunicativa no solo en los procesos y estructuras funcionales, sino también en el universo simbólico al que pertenece la Unidad Educativa Mayor Ambato, y sus integrantes.

Se puede apreciar que los medios de comunicación externos mayormente empleados por los estudiantes son las revistas, la televisión al igual que los docentes y personal administrativo, los medios más utilizados para la comunicación dentro de la institución son las carteleras, correo electrónico, boletines, aún no se han determinado las necesidades y expectativas del público objetivo, la falta de comunicación además ha ocasionado el incremento del índice de embarazos en las adolescentes que pertenecen a la institución, los tipos de recursos que requiere la institución para el desarrollo de un plan de acción son materiales, económico y recursos humanos, la única vía de comunicación en los docentes son los correos electrónicos, pues no han hecho nada por guiar y fomentar en los estudiantes valores, tampoco se han establecido charlas sobre valores, no hay actividades de fomento de la unión y compañerismo entre docentes, peor aún con los administrativos y de servicios, no se fomenta el trabajo en equipo, tampoco se han impartido talleres de comunicación interna, entre padres de familia, docentes, autoridades y estudiantes, no se ha nombrado a un mediador de conflictos, en situaciones adversas enseguida se pasa a Rectorado.

Con todo esto se evidencia la presencia de una línea de mando dictatorial, y poco flexible, donde se impone, mas no se escucha sugerencias y opiniones de los diferentes actores de la institución, debiéndose plantear estrategias de mejora institucional en la Unidad Educativa Mayor Ambato.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cámere, E. (2009). *La relación profesor-alumno en el aula*. Obtenido de <http://entreeducadores.com/2009/08/01/la-relacion-profesor-alumno-en-el-aula/>
- Cruz, F. (2006). *Plan de comunicación estratégica*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/plan-de-comunicacion-estrategica/>
- Faunes, M. (2015). *El origen Social de los Valores*. Obtenido de <http://www.thegoatblog.com.br/cadenafraternal/planchas/Plancha%20N.00803%20-%20EL%20ORIGEN%20SOCIAL%20DE%20LOS%20VALORES.pdf>
- Hernández, A. (2012). Obtenido de <http://es.slideshare.net/videoconferencias/plan-de-comunicacin-estratgica>
- Herrera, J. (2002). *Cultura*. Obtenido de <http://pnglanguages.org/training/capacitar/antro/cultura.pdf>
- López, R. (2011). *Educación en Valores*. Madrid: Adice.
- Méndez, C. (2014). *Los padres los primeros maestros*.
- Monroy, A. (2001). *La formación de valores en los adolescentes*. México: Cempro.
- Moreno, P. (2002). *Diseño y planificación del aprendizaje*. Obtenido de [http://biblio.colmex.mx/curso\\_formacion\\_formadores/NdC%20de%20Fdf.pdf](http://biblio.colmex.mx/curso_formacion_formadores/NdC%20de%20Fdf.pdf)
- Navarro, E. (2006). *Historia de la comunicación*. Obtenido de [http://www.catedu.es/documenta/apuntes/h\\_comunicacion.pdf](http://www.catedu.es/documenta/apuntes/h_comunicacion.pdf)
- Rajadell, N. (2001). *Los procesos formativos en el aula*.
- Rivarola, F. (2014). *Comunicación institucional*. Obtenido de <http://www.umaza.edu.ar/nota-presentacion-de-comunicacion-institucional>
- Serrano, M. (2007). *Evolución e historia en el desarrollo de la comunicación humana*. Obtenido de [http://eprints.ucm.es/13110/1/Martin\\_Serrano\\_\(2007\)\\_Evolucion\\_e\\_historia\\_comunicacion.pdf](http://eprints.ucm.es/13110/1/Martin_Serrano_(2007)_Evolucion_e_historia_comunicacion.pdf)
- Tur-Viñes, V., & Gauchi, J. (2015). *El plan estratégico de comunicación. Estructura y funciones*. Obtenido de [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46\\_VinesGauchi\\_V88.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46_VinesGauchi_V88.pdf).